Sistema de Prospección Volkswagen

Manual de Gerente de CRM

Versión 1.5

Historial de Versiones

Fecha	Autor	Versión	Estatus	Comentarios
03/10/2010	Isaac J. Martínez Tinajero	1.0	Terminado	
25/10/2010	Lizbeth Casillas Montes	1.1	Terminado	
20/10/2011	Alejandro Luna/Juan Carlos García P.	1.2	Terminado	
27/11/2012	Alejandro Luna/Juan Carlos García P.	1.2	Terminado	

Control de Documento

Rol	Nombre	E-mail
Documentador	Isaac J. Martínez Tinajero	
Documentador	Lizbeth Casillas Montes	
Documentador	Alejandro Luna / J. Carlos García	

Aprobación

Rol	Nombre	Firma	Fecha de Firma
APE	Lizbeth Casillas Montes		27/11/2012

Lista de Distribución

Rol	Nombre	Correo electrónico
APE	Lizbeth Casillas Montes	

Índice

1 Introducción 6

2 Acceso al Sistema 6

3 Inicio del Sistema 7

4 Plan de Marketing 8

4.1 Registrar 10

4.1.1 Objetivos de Plan de Marketing 12

4.2 Agregar acciones al Plan de Marketing 15

4.2.1 Aceptar 15

4.2.2 Cancelar 16

4.2.3 Cancelar Acción de Servicios y Refacciones 17

4.2.4 Aceptar Acción de Servicios y Refacciones 17

4.2.5 Planes de Marketing Capturados 18

4.2.6 Detalles de Plan de marketing 21

4.2.7 Avisos de Marketing Capturados 22

4.2.8 Consultar Planes de Marketing Capturados 23

4.3 Reporte de resultados 23

4.3.1 Generar reporte de resultados 24

4.3.2 Registro de acciones adicionales. 28

5 Administración de Usuarios 34

5.1 Nuevo Usuario 34

5.2 Permisos de Usuario 35

6 Administración de Vendedores 36

7 Regresar a primera etapa 37

8 Asignación a prospectos 40

8.1 Reasignación de prospectos 43

9 Monitoreo 44

9.1 Vendedores 44

9.1.1 Descripción de la tabla de monitoreo 45

9.1.2 Detalle de Monitoreo a vendedor 45

9.1.3 Reasignación de prospectos 46

9.2 Alta de prospectos 48
9.3 Prospectos 49
10 Tasa de Conversión 50
10.1 Modificar 53
10.2 Cancelar 54
11 Tasa de conversión por vendedor 55
12 Envía Prospectos a Excel 57
13 Prospectos finalizados 58
14 Carga de Prospectos 62
14.1 Validación de datos 65
15 Reportes Emailing 66
16 Reportes 68
16.1 Campañas 69
16.2 Ciclo 70
17 Virtual Show Room 72
17.1 Modelos 72
17.2 Precios 74
17.3 Promociones 75
18 Manual de Gerente Marketing / CRM 76
19 Manual de Gerente de Ventas 76
20 Manual Vendedor 76
21 Manual de CallCenter 76
22 Manual de Hostess 76
23 Salir 76
24 Avisos 77
24.1 Prospectos recién asignados 77
24.1.1 Preventivos: 77
24.1.2 Correctivos: 77
24.1.3 Retiro del prospecto 77
24.2 Prospectos en seguimiento 77
24.2.1 Preventivos: 77
24.2.2 Correctivos: 78

24.2.3 Retiro del prospecto 78
25 Cronómetros 79
26 Anexo A 80

1 Introducción

El siguiente manual tiene por objetivo ser una guía para la operación correcta del Sistema de Prospección Volkswagen, y que a su vez permita al Gerente de CRM, administrar, gestionar y reportar la prospección detallada de sus vendedores por medio de herramientas de Internet, con un nuevo módulo el cual proporcione herramientas al **Gerente de Marketing** para poder automatizar sus planes de trabajo, permitiendo así que cumpla con sus metas, notificándolas ante el Administrador de MKT.

2 Acceso al Sistema

Para poder iniciar a utilizar el sistema se tiene que borrar el caché del explorador de Internet, checar el Anexo A al final de este manual.

Para poder tener acceso al sistema, es necesario que el sistema haya generado de forma automática un usuario y un password para identificarnos. En caso de no contar con un usuario y password, favor de contactar al Administrador para que se los proporcione.

Como primer paso debemos llamar al explorador de Internet dando clic con el mouse en dicho icono y aparecerá:

Imagen 1. Dirección del Sistema de Prospección

En la **barra de dirección** teclear la siguiente dirección de Internet www.prospeccionvw.com todo en minúsculas y presionar la tecla ENTER o dar un clic con el mouse si ya se tiene almacenada esta dirección para que aparezca la bienvenida al sistema, si tenemos algún error al escribir la dirección de Internet, el explorador nos mandará un mensaje de error al no encontrar dicha página.
Al ingresar a la página de inicio, se deberá teclear el usuario y password que nos asignó el sistema, la primera vez que se entre el usuario y password serán iguales (el sistema convierte automáticamente las minúsculas a mayúsculas).

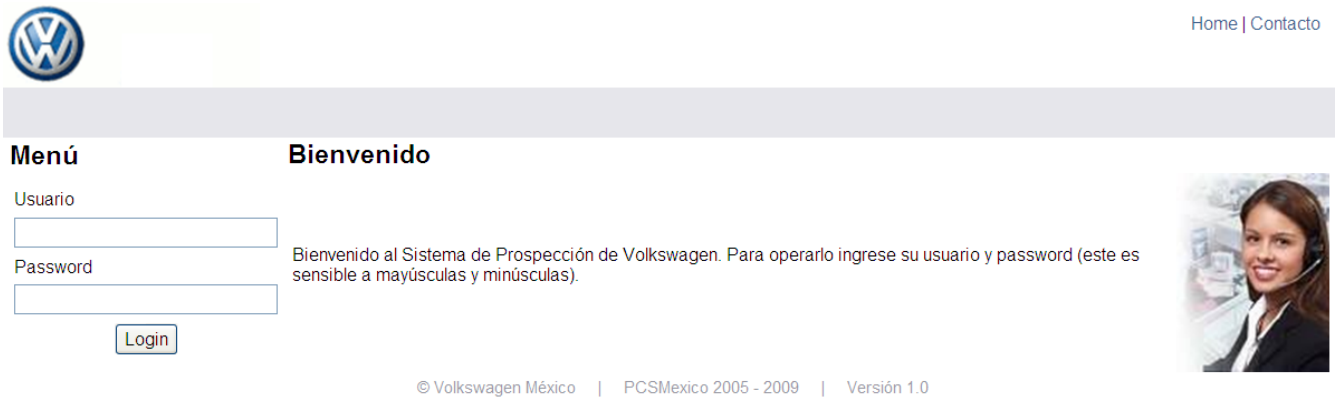

Home | Contacto
Menú
Bienvenido
Usuario
Password
Login
Bienvenido al Sistema de Prospección de Volkswagen. Para operarlo ingrese su usuario y password (este es sensible a mayúsculas y minúsculas).
© Volkswagen México | PCSMexico 2005 - 2009 | Versión 1.0

Imagen 2. Acceso al Sistema

Si el Gerente de CRM accedido correctamente al sistema, se visualizará la siguiente pantalla si se trata de su primer acceso. Dentro de esta pantalla el Gerente de CRM debe proporcionar; nombre completo, email y

cambiar el password, para que sólo el vendedor tenga acceso a su información, al finalizar dar clic en el botón **Guardar**.

Si no es la primera vez, se omite esta pantalla y pasa a la Pantalla Inicio que se describirá posteriormente.

Imagen 3. Editar datos del Usuario

Una vez registrado el usuario del Gerente de CRM aparece la siguiente pantalla como se describe en el siguiente capítulo.

Inicio del Sistema

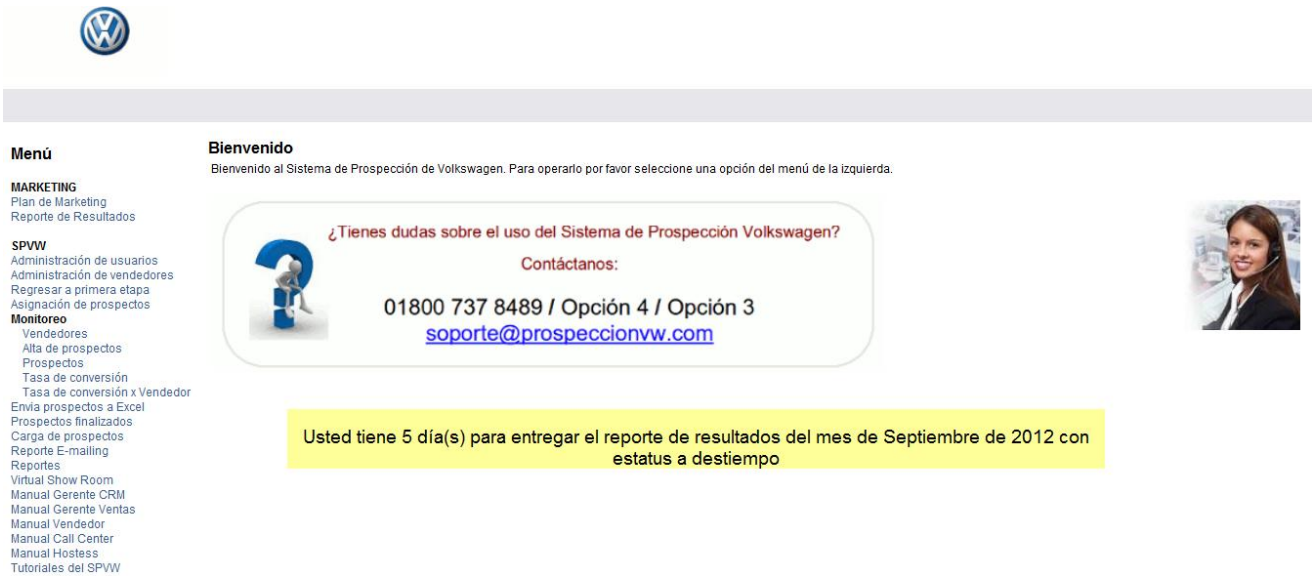


Imagen 4. Página Principal

El Menú principal cuenta con 20 sub-menús: Plan de Marketing, Reporte de resultados, Administración de usuarios, Administración de vendedores, Regresar a primera etapa, Asignación de prospectos, Monitoreo, Envía prospectos a Excel, Prospectos finalizados, Carga de prospectos, Reporte E-mailing, Reportes, Virtual Show Room Manual Gerente Marketing / CRM, Manual Gerente Ventas, Manual Vendedor, Manual Call Center, Manual Hostess, Tutoriales del SPVW y Salir, se debe seleccionar con el puntero del mouse la opción requerida y dar clic con el botón izquierdo para llamar dicha opción.

También dentro del menú aparece un saludo de bienvenida con el nombre del usuario Gerente de CRM y la concesionaria a la que pertenece.

4 Plan de Marketing

La funcionalidad de está primer opción es permitir al Gerente de Marketing ingresar al sistema los Planes de Marketing que se realizarán en su concesionaria, para cumplir con los objetivos planeados, los cuales serán enviados al Administrador de MKT.

Imagen 5. Menú sección Marketing

Al dar clic en el menú Marketing se muestra la siguiente pantalla:

Plan de Marketing
Nuevo Plan de Marketing de la concesionaria AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)
Favor de seleccionar el año y mes, del plan de marketing que desea registrar
Octubre
2012
Registrar
Antes de capturar el Plan de Marketing, favor de solicitar las fuentes a su asesor de Mkt.
Historial de Planes de Marketing de la concesionaria AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)
Cambiar año
2012
Consultar
Usted tiene 5 día(s) para entregar el reporte de resultados del mes de Septiembre de 2012 con estatus a destiempo

Imagen 6. Plan de Marketing

En esta sección podrá crear un nuevo Plan de Marketing, solo basta con seleccionar el mes, el año y dar clic en el botón **Registrar**.

Importante: Es necesario que antes de capturar el Plan de Marketing, solicite a su Asesor de Marketing las fuentes a utilizar en el Plan de Marketing, esto con el fin de que aparezcan al seleccionarlas cuando capture los datos del Plan.

Imagen 7. Plan de Marketing- selección del mes

4.1 Registrar

Al dar clic en esta opción, el sistema mostrará una nueva ventana con la siguiente pantalla donde de manera de aviso (cuando no se ha ingresado el histórico), se muestra al Gerente que es necesario llenar el histórico de ventas de la concesionaria en años anteriores, datos necesarios para esta fase.

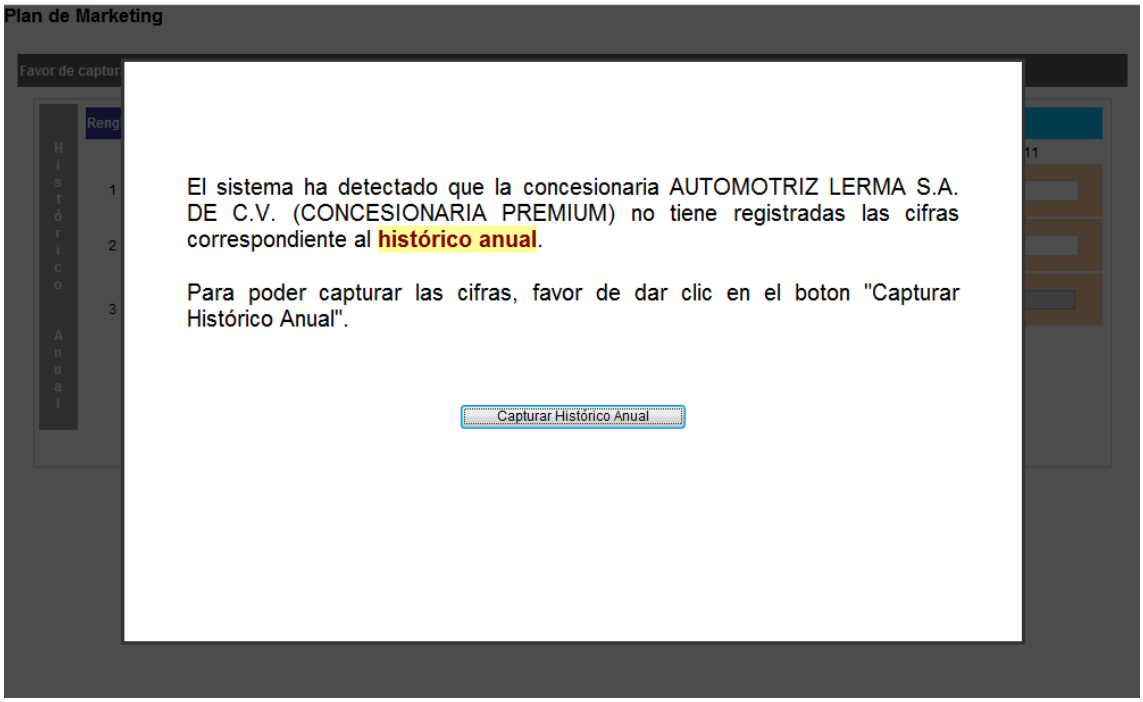

Plan de Marketing
El sistema ha detectado que la concesionaria AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM) no tiene registradas las cifras correspondiente al histórico anual.
Para poder capturar las cifras, favor de dar clic en el boton "Capturar Histórico Anual".
Capturar Histórico Anual

Imagen 8. Notificación capturar histórico anual

Solo basta dar clic en el botón **Capturar Histórico Anual**, y se mostrará la siguiente pantalla:

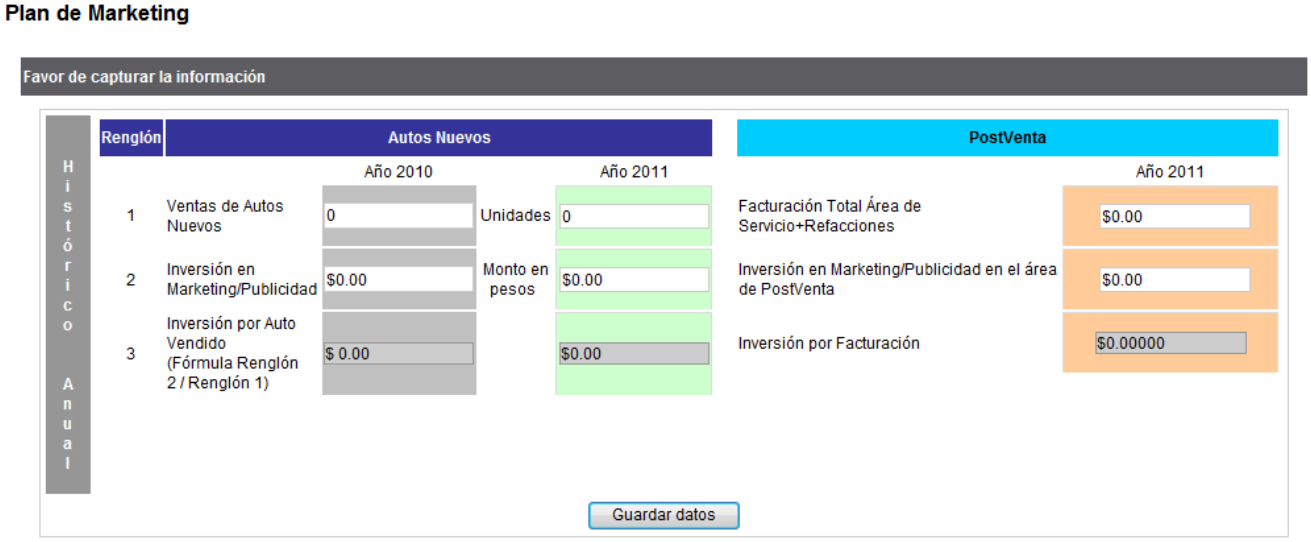


Imagen 9. Histórico anual

En esta sección del Plan de Marketing es de suma importancia introducir los datos correctamente, ya que una vez introducidos no podrán ser modificados por el Gerente de Marketing

A continuación se muestra un ejemplo de la captura del formulario:

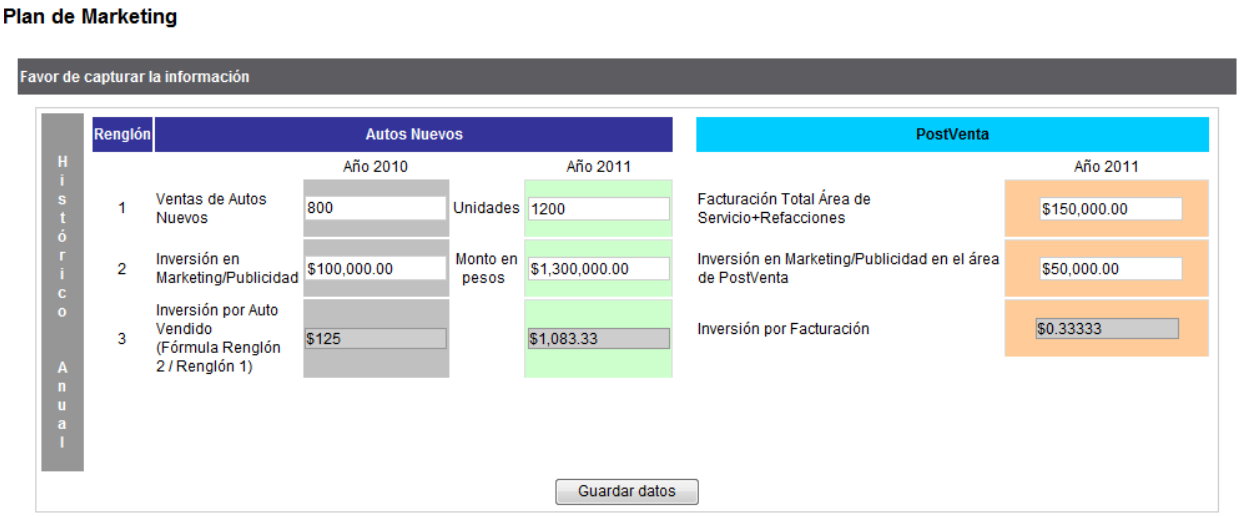


Imagen 10. Ejemplo Histórico anual

Una vez que se introduzcan los datos correctamente en el histórico, debe dar clic en el botón **Guardar datos** y aparecerá la siguiente alerta en el navegador, donde se deberá dar clic en el botón Aceptar, para guardar los datos en el sistema.

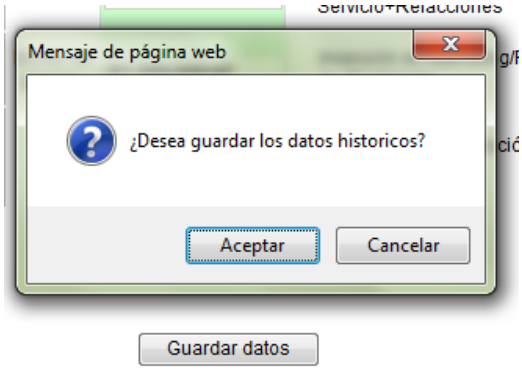


Imagen 11. Guardar histórico

Posteriormente se mostrará un mensaje de alerta, el cual solicita, se capture el nombre del Gerente ya sea el General o el de Marketing, en la nueva ventana del mes correspondiente:

Plan de Marketing

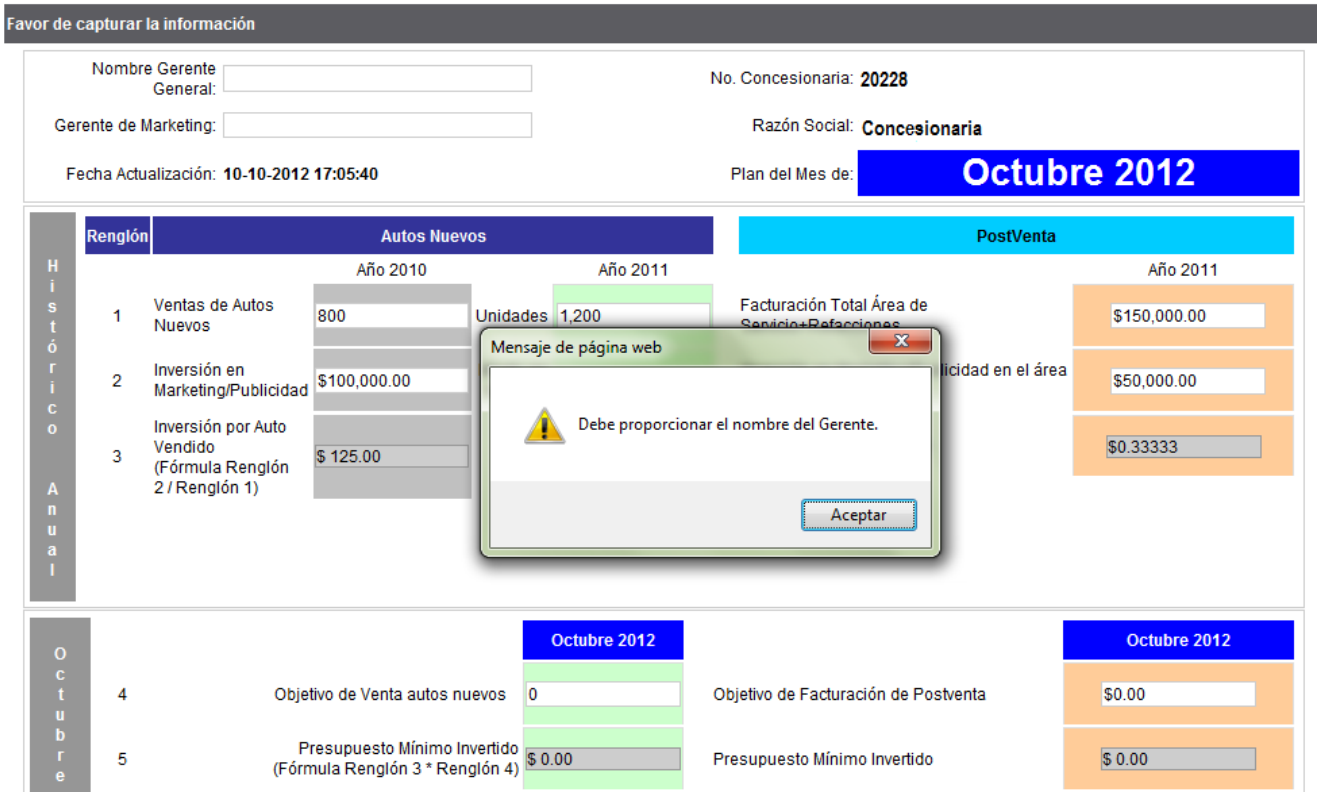


Imagen 12. Solicitud de ingresar nombre de Gerente

Al pulsar el botón **Aceptar** podrá ingresar los nombres de los gerentes antes mencionados y volver a guardar los datos como se mencionó anteriormente.

4.1.1 Objetivos de Plan de Marketing

Posteriormente se llena la información referente a objetivos de venta, como se describe en los siguientes puntos:

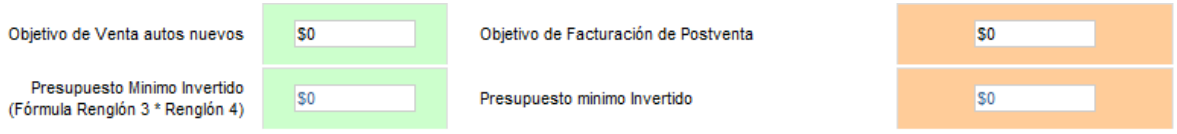


Imagen 13. Objetivos

- **Objetivo de Venta de autos nuevos**: En esta parte compete al número de autos nuevos los cuales se planean vender o en caso de ser un mes anterior, serían los autos que se vendieron.
- **Presupuesto Mínimo Invertido**: Este dato se genera automáticamente, tomando en cuenta los datos del histórico anual y los autos introducidos en el paso anterior.

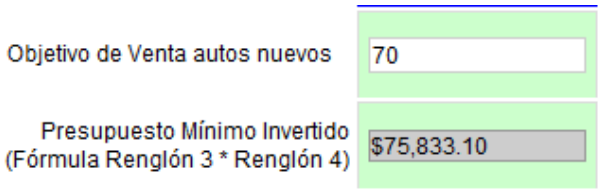


Imagen 14. Ejemplo de captura de datos

- **Objetivo de la facturación postventa**: Cantidad a la que representan los autos capturados, puede ser o no estimado, dependiendo los autos los cuales se planean vender en este Plan de Marketing. Representa la cantidad monetaria referida a los autos introducidos y el **Presupuesto mínimo Invertido** es generado automáticamente al igual que el campo antes mencionado.

  Por último solo es necesario hacer clic en el botón **Guardar datos** como aparece en la Imagen 16 más adelante, y el Plan de Marketing del mes correspondiente será almacenado.

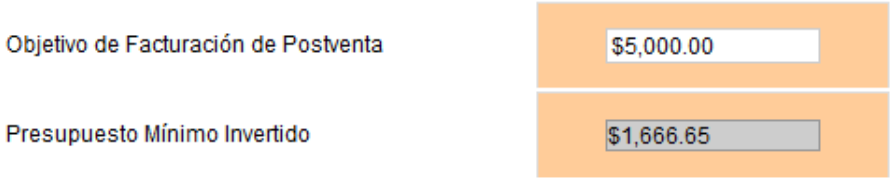


Imagen 15. Objetivos monetarios

Ingresados estos datos solo basta hacer clic en el botón **Guardar datos**, y un aviso de confirmación:

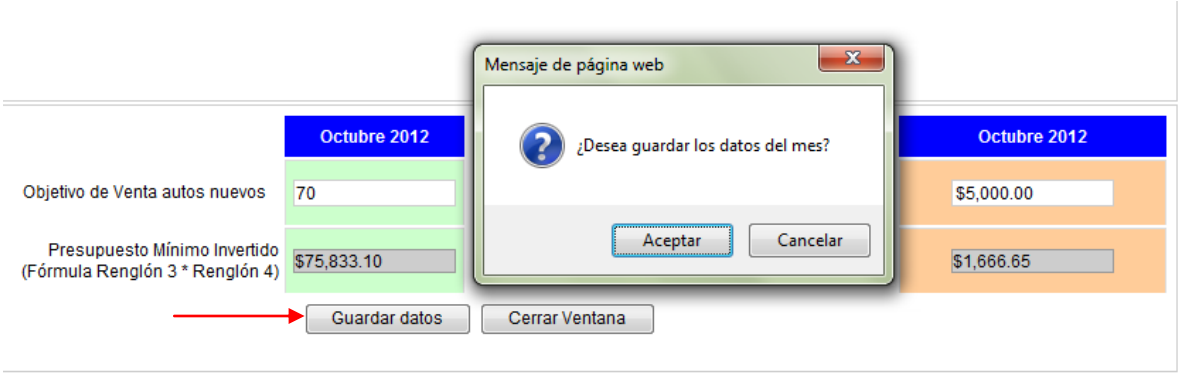


Imagen 16. Plan Marketing mes Octubre

Una vez almacenados los datos del Plan de Marketing del mes correspondiente, el sistema mostrará los datos acerca de los prospectos en **Proceso de Venta** y de los que se encuentran **Sin Seguimiento**, también

así los **Datos de fuente**, Área al que pertenece el Plan, Nombre de la acción a seguir, Fechas de Inicio y Terminación del Plan, Lugar donde se efectuará el Plan, Medios materiales.

Aquí mostrará campos donde deberá ingresar el presupuesto planeado, así como los campos de Beneficios planeados y Prospectos calificados, en la cual podrá modificar el número determinado que da el sistema.

Imagen 17. Plan Marketing mes Octubre

Para continuar, deberá presionar el botón **Guardar Datos**.

Nota: Cabe hacer mención que el sistema **no** permite guardar los datos en ceros, siendo este el caso, es necesario introducir los valores requeridos, o el sistema mostrar un aviso en el campo correspondiente:

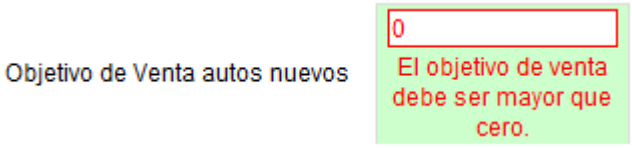


Imagen 18. Alerta de datos en ceros

4.2 Agregar acciones al Plan de Marketing

Al presionar el botón **Guardar Datos** el cual se observa en la imagen 17, el sistema le preguntara si desea agregar acciones de ventas al Plan de MKT.

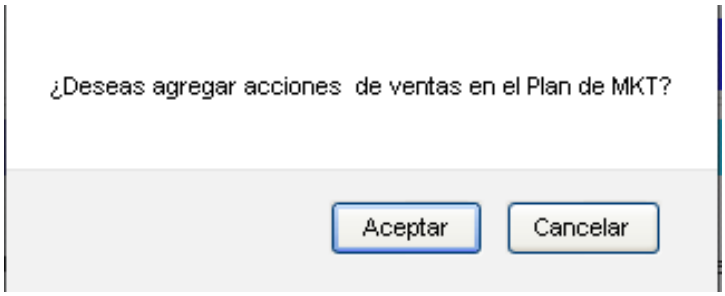


Imagen 19. Agregar acciones de ventas al Plan Marketing

Deberá seleccionar la opción deseada, a continuación en los puntos **4.2.1Aceptar** y **4.2.2 Cancelar**, se describen detalladamente las acciones que se llevaran a cabo con cada botón.

4.2.1 Aceptar

En caso de requerir agregar más acciones al Plan de MKT, deberá presionar el botón **ACEPTAR**.

El sistema le mostrará la siguiente pantalla, informándole que se debe poner en contacto con su Asesor de MKT, para que este active la(s) fuente(s) requerida(s) para la(s) acción(es).

Imagen 20. Contactar al asesor de MKT

Nota: el sistema no le permitirá realizar la captura si no cuenta con la autorización del asesor y la fuente se encuentre activa.

En caso de contar con la autorización del Asesor y la Fuente se encuentre activa, el sistema le permitirá capturar los datos de la acción solicitada en la siguiente pantalla:

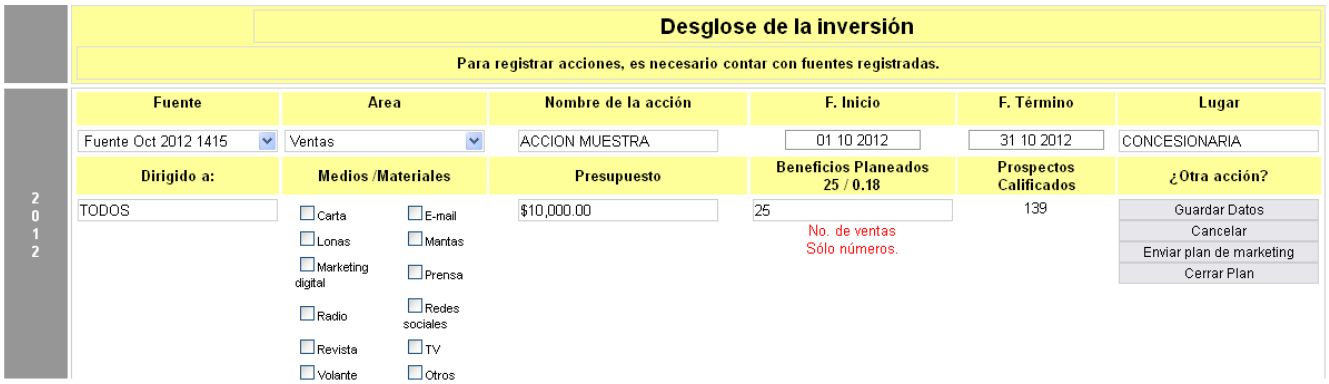


Imagen 21. Captura información de acción

Deberá seleccionar el nombre de la fuente, así como el área a la que corresponde, nombre de la acción a realizar, el periodo de tiempo es fijo (ya que va de acuerdo al periodo por el cual se activa la fuente, por lo tanto no puede ser modificado); lugar en el cual se llevará a cabo la acción, a quien va dirigida la acción, deberá seleccionar los medios/materiales que serán utilizados para la acción, el presupuesto que será destinado para la acción y por último las ventas esperadas.

Para continuar, se encuentran las siguientes opciones.

Guardar datos: deberá presionar este botón para continuar con cualquier otra opción de este menú, excepto la opción **Cancelar**.

Cancelar: al presionar este botón eliminará todos los datos de la acción correspondiente.

Enviar plan de MKT: al presionar este botón, el Plan de MKT será enviado al Administrador de MKT para su evaluación.

Cerrar plan: este botón cerrara la ventana activa.

4.2.2 Cancelar

Al presionar este botón el sistema le preguntará si desea agregar acciones de post-venta al Plan de MKT.

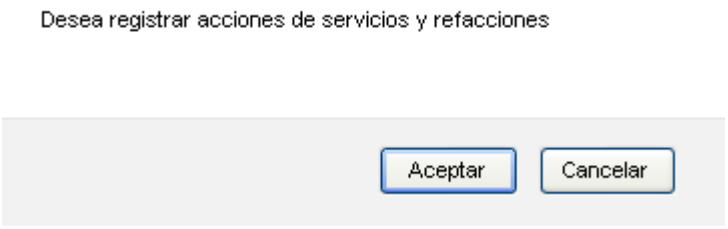


Imagen 22. Agregar acciones de post-venta al Plan Marketing

Deberá seleccionar la opción deseada, a continuación en los puntos **4.2.3** y **4.2.4** se describen detalladamente las acciones que se llevaran a cabo con cada botón.

4.2.3 Cancelar Acción de Servicios y Refacciones

En caso de presionar el botón **Cancelar**, el sistema le mostrará el botón para enviar el Plan de MKT al Administrador para su evaluación.

Imagen 23. Botón enviar Plan de MKT

Cuando se opta por cancelar en las 2 preguntas de **Plan de Marketing** con el de **Servicios y Refacciones**, deberá pulsar el botón **Enviar Plan de Marketing**, para que sea evaluado por su Asesor de Marketing, ser aprobado o rechazado por el mismo.

4.2.4 Aceptar Acción de Servicios y Refacciones

En caso de presionar el botón **Aceptar** el sistema le permitirá capturar los datos de la acción en la siguiente pantalla:

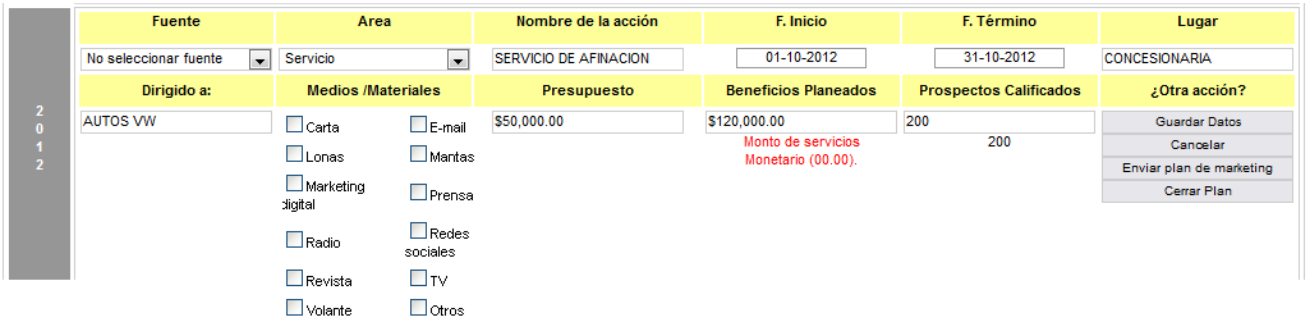


Imagen 24. Pantalla para agregar más servicios

Al ingresar los datos de la nueva acción de servicio deberá seleccionar, el área, nombre de la nueva acción, lugar donde se llevar a cabo la acción, ingresar a quien va dirigido, seleccionar los medios por la cual se anunciara la acción, ingresar el presupuesto, beneficios en moneda y por último la cantidad de prospectos que califican para esta acción.

Para continuar, se encuentran las siguientes opciones.

Guardar datos: deberá presionar este botón para continuar con cualquier otra opción de este menú, excepto la opción **cancelar**.

Cancelar: al presionar este botón eliminará todos los datos de la acción correspondiente.

Enviar plan de MKT: al presionar este botón, el Plan de MKT será enviado al Administrador de MKT para su evaluación.

Cerrar plan: este botón cerrara la ventana activa.

4.2.5 Planes de Marketing Capturados

Para poder visualizar los Planes de MKT ya capturados, deberá presionar sobre la opción **Plan de Marketing**.

Imagen 25. Menú sección Marketing

Visualizara la siguiente pantalla donde se encuentran los Planes de MKT ya capturados.

Plan de Marketing
Nuevo Plan de Marketing de la concesionaria AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)
Favor de seleccionar el año y mes, del plan de marketing que desea registrar
Septiembre
2012
Registrar
Antes de capturar el Plan de Marketing, favor de solicitar las fuentes a su asesor de Mkt.
Historial de Planes de Marketing de la concesionaria AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)
Cambiar año 2012
Consultar
Septiembre
Octubre
Totales del año
Presupuesto
% Participación
Beneficios planeados Ventas
Beneficios planeados Refacciones
Beneficios planeados Servicios
2012
$ 180,000.00
6,006
1,045
$ 0.00
$ 120,000.00

Imagen 26. Planes Marketing ya capturados

Para ver los detalles de los planes de marketing solo basta pulsar en el símbolo de **"+"**, que se ubica antes del nombre del mes.

En la siguiente imagen se puede observar el Plan de Marketing de dos meses, uno que ya ha sido enviado y otro que no, el cual difieren en la opción de **Eliminar**.

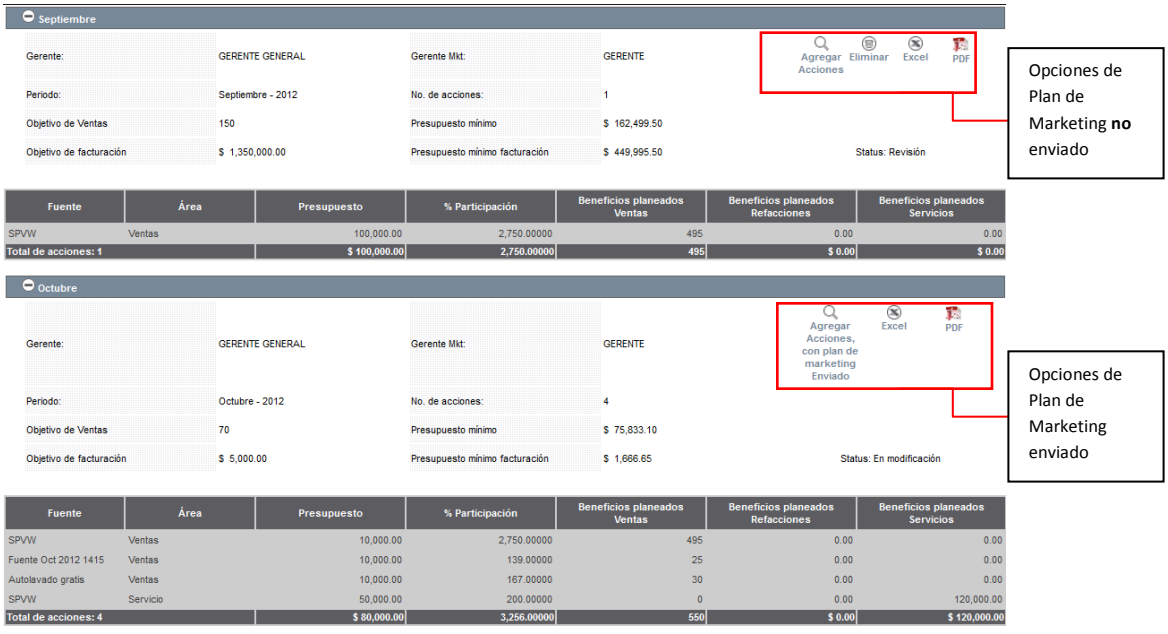


Imagen 27. Detalles de los Planes Marketing ya capturados

El Plan que no muestra la opción Eliminar, quiere decir que ya ha sido enviado al Asesor Marketing para su aprobación y en la que si aparece dicha opción aún no ha sido enviado y aun puede modificarla con tan solo

pulsar la opción **Agregar acciones**. Las opciones que puede realizar a los planes de marketing capturados son:

4.2.5.1 Agregar acciones

Al presionar esta opción el sistema le permitirá modificar los datos capturados en el plan de MKT, le mostrará el siguiente formulario

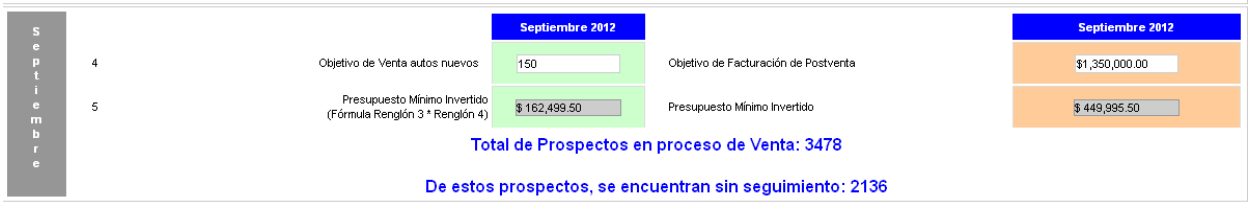


Imagen 28. Modificar objetivos de ventas

En el cual podrá modificar los datos relacionados al objetivo de ventas del mes.

4.2.5.2 Eliminar (solo cuando aún no se ha enviado el plan de marketing)

Al presionar este boton, el sistema le mostrará una ventana donde solicita confirme si desea eliminar el Plan de MKT.

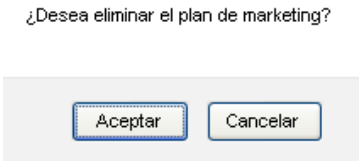
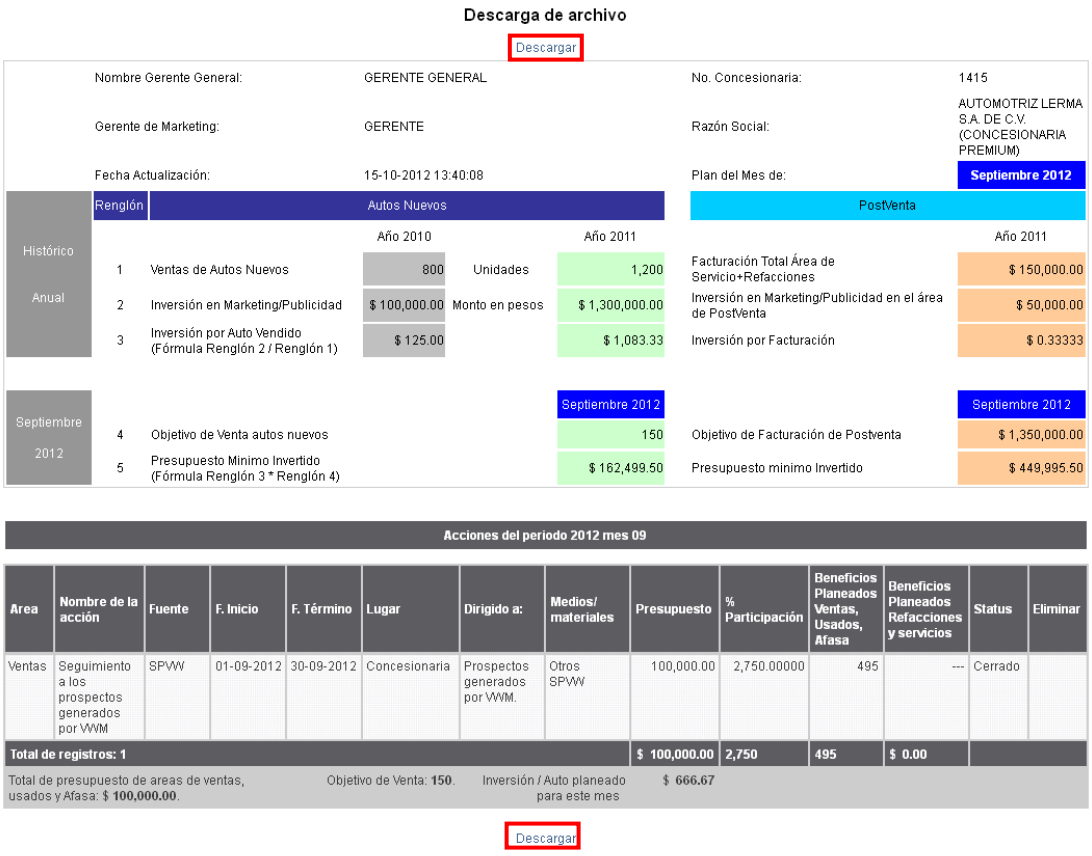


Imagen 29. Eliminación del Plan de MKT

4.2.5.3 Exportar a Excel

Al presionar este boton, el sistema le mostrara un resumen del plan que esta por descargar, para continuar con la descarga, debera presionar el boton **Descargar**, que se encuentra en la parte superior e inferior de la pantalla.



Descarga de archivo

Descargar

Nombre Gerente General:	GERENTE GENERAL		No. Concesionaria:	1415
Gerente de Marketing:	GERENTE		Razón Social:	AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)
Fecha Actualización:	15-10-2012 13:40:08		Plan del Mes de:	Septiembre 2012

	Renglón	Autos Nuevos			PostVenta	
		Año 2010		Año 2011		Año 2011
Histórico Anual	1 Ventas de Autos Nuevos	800	Unidades	1,200	Facturación Total Área de Servicio+Refacciones	$ 150,000.00
	2 Inversión en Marketing/Publicidad	$ 100,000.00	Monto en pesos	$ 1,300,000.00	Inversión en Marketing/Publicidad en el área de PostVenta	$ 50,000.00
	3 Inversión por Auto Vendido (Fórmula Renglón 2 / Renglón 1)	$ 125.00		$ 1,083.33	Inversión por Facturación	$ 0.33333
Septiembre 2012				Septiembre 2012		Septiembre 2012
	4 Objetivo de Venta autos nuevos			150	Objetivo de Facturación de Postventa	$ 1,350,000.00
	5 Presupuesto Mínimo Invertido (Fórmula Renglón 3 * Renglón 4)			$ 162,499.50	Presupuesto mínimo Invertido	$ 449,995.50

Acciones del periodo 2012 mes 09

Area	Nombre de la acción	Fuente	F. Inicio	F. Término	Lugar	Dirigido a:	Medios/ materiales	Presupuesto	% Participación	Beneficios Planeados Ventas, Usados, Afasa	Beneficios Planeados Refacciones y servicios	Status	Eliminar
Ventas	Seguimiento a los prospectos generados por VWM	SPVW	01-09-2012	30-09-2012	Concesionaria	Prospectos generados por VWM.	Otros SPVW	100,000.00	2,750.00000	495	---	Cerrado	
Total de registros: 1								**$ 100,000.00**	**2,750**	**495**	**$ 0.00**		

Total de presupuesto de areas de ventas, usados y Afasa: **$ 100,000.00**. Objetivo de Venta: **150**. Inversión / Auto planeado para este mes **$ 666.67**

Descargar

Imagen 30. Descargar Plan de MKT Excel

Al finalizar la descarga, se mostrara un archivo similar a este:

Nombre Gerente General:	GERENTE GENERAL	
Gerente de Marketing:	GERENTE	
Fecha Actualización:	15/10/2012 13:40	

	Renglón	Autos Nuevos			
		Año 2010		Año 2011	
Histórico Anual	1 Ventas de Autos Nuevos	800	Unidades	1,200	
	2 Inversión en Marketing/Publicidad	$ 100,000.00	Monto en pesos	$ 1,300,000.00	
	3 Inversión por Auto Vendido (Fórmula Renglón 2 / Renglón 1)	$ 125.00		$ 1,083.33	
Septiembre 2012				Sep-12	
	4 Objetivo de Venta autos nuevos			150	
	5 Presupuesto Minimo Invertido (Fórmula Renglón 3 * Renglón 4)			$ 162,499.50	

Acciones del periodo 2012 mes 09

Area	Nombre de la acción	Fuente	F. Inicio	F. Término	Lugar	Dirigido a:
/entas	Seguimiento a los prospectos generados por VWM	SPVW	01/09/2012	30/09/2012	Concesionaria	Prospectos generados por V
		Total de registros: 1				

Total de presupuesto de areas de ventas, usados y Afasa: **$ 100,000.00**. Objetivo de Venta: **150**. Inversión /

Imagen 31. Plan de MKT

4.2.5.4 Exportar a PDF

Al pulsar sobre la opción **exportar a PDF** le mostrará en este formato un resumen del Plan de Marketing de ese mes, para que pueda descargar una copia a su ordenador.

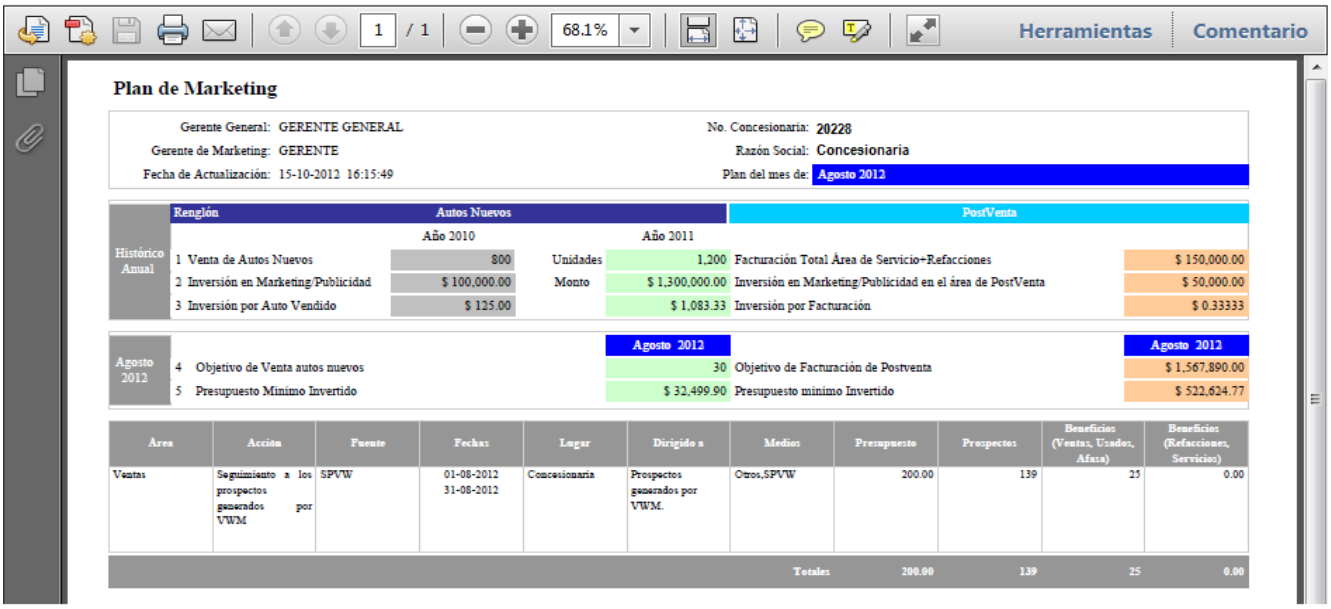


Imagen 32. Plan de MKT en PDF

4.2.6 Detalles de Plan de marketing

En la siguiente imagen se pueden ver detalles de los planes de marketing en los cuales se pueden ver los datos ingresados, así como las acciones capturadas de dicho plan.

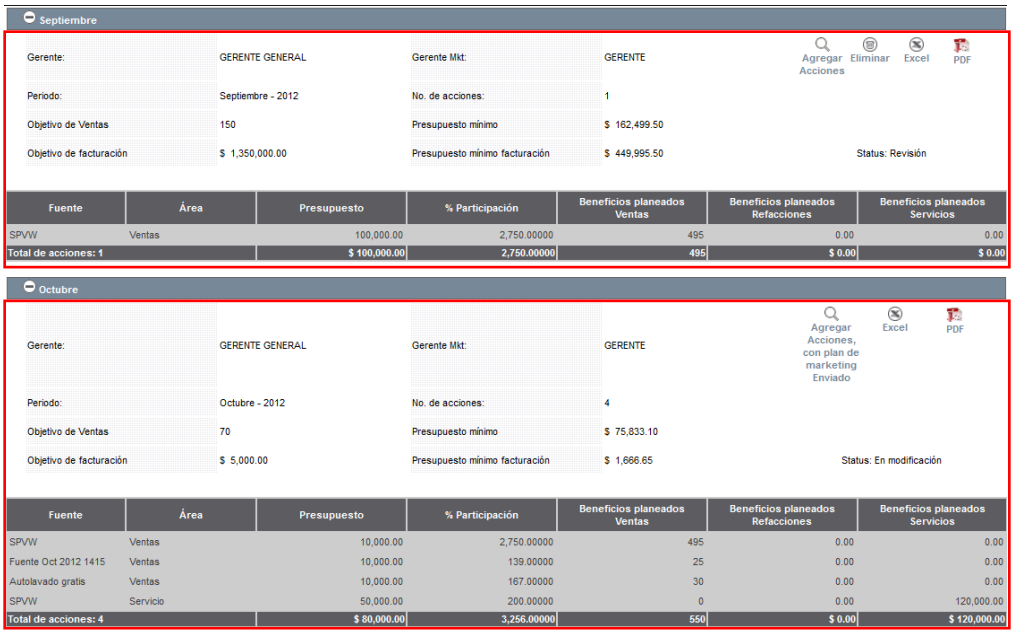


Imagen 33. Detalles de los Planes Marketing ya capturados

Al final de todos los planes de marketing, se podrá observar el total del presupuesto, % participación, Beneficios planeados de ventas, refacciones y servicios

Imagen 34. Detalles de los totales

4.2.7 Avisos de Marketing Capturados

En la parte inferior del enlistado del listado de los planes de marketing mostrará avisos en cuanto al tiempo de entrega asignados a cada plan, como se puede ver en la siguiente imagen.

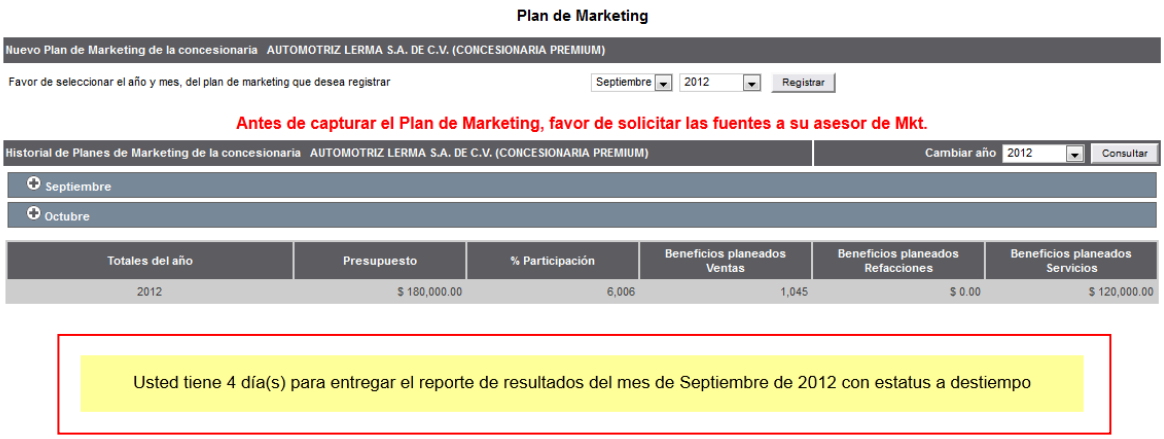

Plan de Marketing
Nuevo Plan de Marketing de la concesionaria AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)
Favor de seleccionar el año y mes, del plan de marketing que desea registrar
Septiembre
2012
Registrar
Antes de capturar el Plan de Marketing, favor de solicitar las fuentes a su asesor de Mkt.
Historial de Planes de Marketing de la concesionaria AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)
Cambiar año 2012
Consultar
Septiembre
Octubre
Totales del año
Presupuesto
% Participación
Beneficios planeados Ventas
Beneficios planeados Refacciones
Beneficios planeados Servicios
2012
$ 180,000.00
6,006
1,045
$ 0.00
$ 120,000.00
Usted tiene 4 día(s) para entregar el reporte de resultados del mes de Septiembre de 2012 con estatus a destiempo

Imagen 35. Avisos de tiempo para entrega de planes de marketing

4.2.8 Consultar Planes de Marketing Capturados

Para consular los planes de marketing antiguos o de otros años, se debe pulsar sobre **Plan de Marketing**, del menú principal.

Imagen 36. Plan de marketing

Posteriormente entre las opciones de los planes de marketing vera el apartado **cambiar año**, para después, solo elegir el año y pulsar el botón **Consultar.**

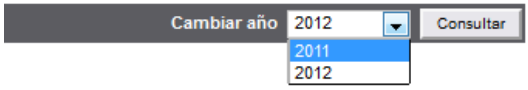


Imagen 37. Consulta de Planes de marketing anteriores por año

Posteriormente podrá observar los planes de marketing de años anteriores.

Imagen 38. Consulta del año 2011

4.3 Reporte de resultados

Esta sección del módulo **Marketing**, permite al Gerente de Marketing, elaborar reportes de acuerdo a los resultados obtenidos en su concesionaria.

Para ingresar a reporte de resultados en necesario pulsar sobre la opción **Reporte de resultados** del menú principal.

Imagen 39. Opción - Reporte de Resultados

Al pulsar sobre esta opción podrá ver, la imagen siguiente de esta sección:

Reportes de Resultados
Reporte de resultados del Concesionario AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)
Favor de seleccionar el año y mes, del reporte de resultados que desea registrar
Septiembre
2012
Registrar
Historial de Reporte de Resultados de la concesionaria: AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)
Cambiar año
2012
Consultar
No se encuentran registros del Reporte de Resultados de 2012

Imagen 40. Reporte de resultados

4.3.1 Generar reporte de resultados

Para generar un reporte de resultados, es necesario seleccionar un mes en el cual ya exista un plan de marketing, para posteriormente hacer clic en el botón **Registrar**, entonces se muestra lo siguiente:

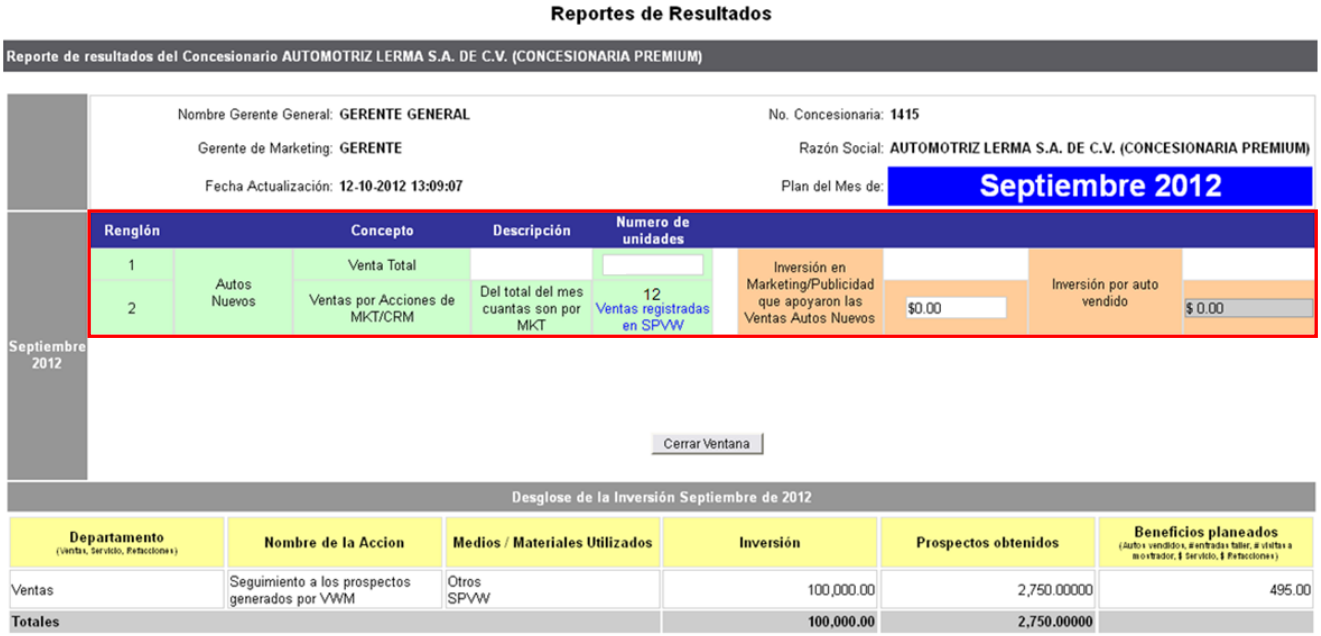


Imagen 41. Captura de datos área de Ventas

En la cual deberá ir capturando la información de manera secuencial.

4.3.1.1 Ingreso de datos de autos nuevos

Primero deberá capturar el número de unidades vendidas, el cual deberá de ser mayor o igual al número total de ventas registradas en el sistema del mes, de lo contrario el sistema no le permitirá continuar con la captura.

Imagen 42. Datos área de Ventas

Posteriormente deberá capturar el monto de la inversión utilizado para publicidad del área de ventas, en el primer campo, ya que el segundo (de color gris) se calcula automáticamente.

Imagen 43. Datos área de Ventas

4.3.1.2 Ingreso de datos de Servicio

Una vez capturados los datos de ventas, el sistema le mostrará el siguiente rubro para capturar **Servicios**.

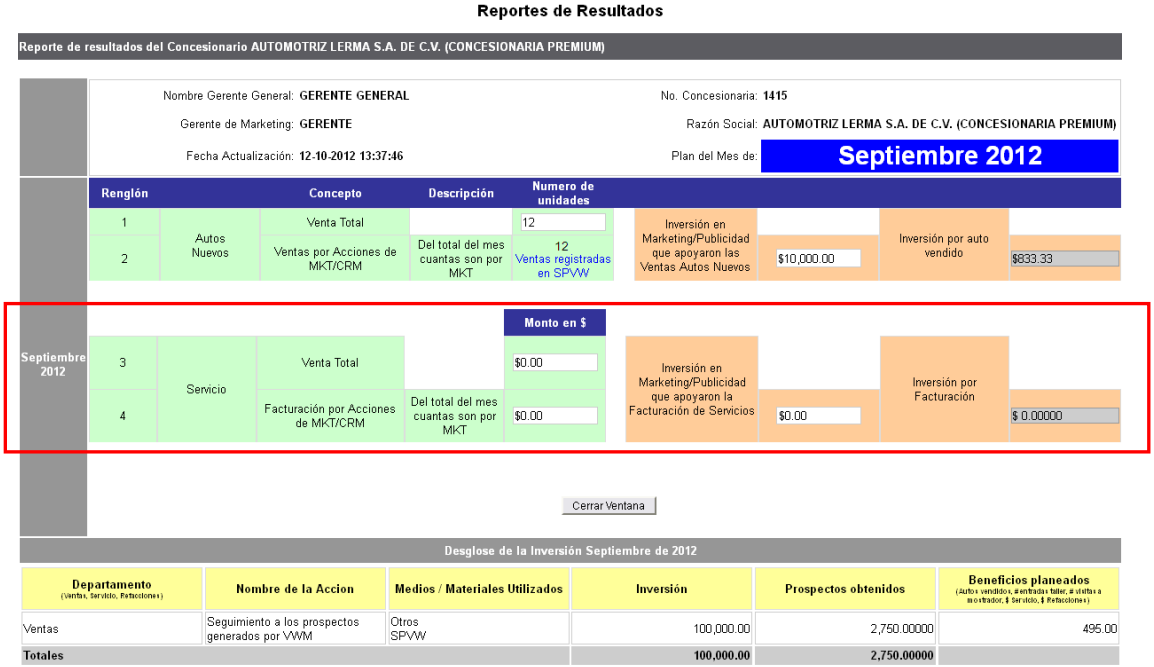


Imagen 44. Captura de datos área de Servicio

En este apartado deberá capturar el monto de las ventas por el área de servicio. En el campo superior deberá capturar el monto total de la venta mensual, en el campo inferior deberá capturar solo el monto de las ventas de servicio obtenidas a través de acciones de marketing.

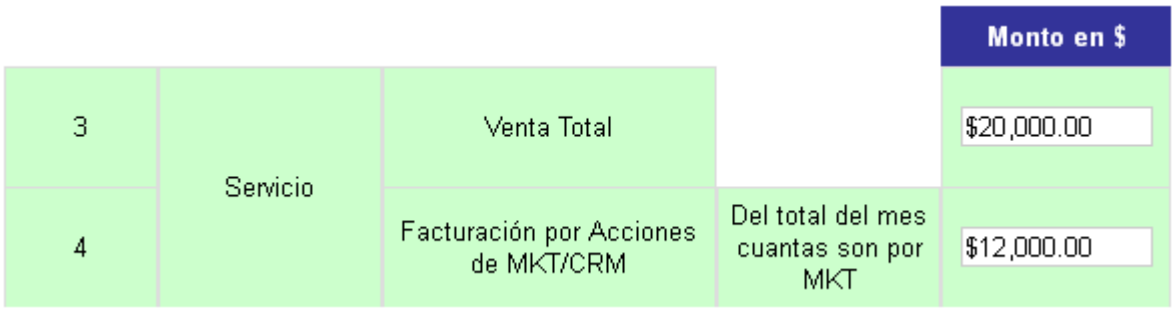


Imagen 45. Datos área de Servicio

NOTA: Es importante mencionar que el monto de ventas por acciones de marketing, no puede ser mayor al monto total de venta mensual.

Posteriormente deberá capturar el monto de la inversión utilizada para publicidad del área de servicios, en el primer campo, ya que el segundo (de color gris) se auto calcula.

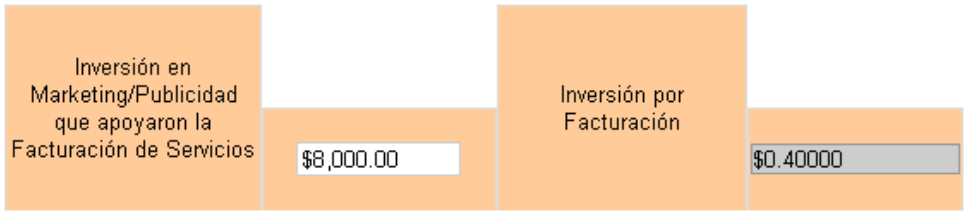


Imagen 46. Datos área de Servicio

4.3.1.3 Ingreso de datos de Refacciones

Al terminar de capturar estos datos el sistema le mostrara el siguiente rubro a capturar, Refacciones.

Reportes de Resultados

Reporte de resultados del Concesionario AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)

Nombre Gerente General: **GERENTE GENERAL** — No. Concesionaria: **1415**

Gerente de Marketing: **GERENTE** — Razón Social: **AUTOMOTRIZ LERMA S.A. DE C.V. (CONCESIONARIA PREMIUM)**

Fecha Actualización: **12-10-2012 13:37:46** — Plan del Mes de: **Septiembre 2012**

	Renglón		Concepto	Descripción	Numero de unidades / Monto en $				
Septiembre 2012	1	Autos Nuevos	Venta Total		12	Inversión en Marketing/Publicidad que apoyaron las Ventas Autos Nuevos	$10,000.00	Inversión por auto vendido	$833.33
	2		Ventas por Acciones de MKT/CRM	Del total del mes cuantas son por MKT	12 Ventas registradas en SPVW				
	3	Servicio	Venta Total		$20,000.00	Inversión en Marketing/Publicidad que apoyaron la Facturación de Servicios	$8,000.00	Inversión por Facturación	$0.40000
	4		Facturación por Acciones de MKT/CRM	Del total del mes cuantas son por MKT	$12,000.00				
	5	Refacciones	Venta Total		$0.00	Inversión en Marketing/Publicidad que apoyaron la Facturación de Refacciones	$0.00	Inversión por Facturación	$ 0.00000
	6		Facturación por Acciones de MKT/CRM	Del total del mes cuantas son por MKT	$0.00				

Cerrar Ventana

Desglose de la Inversión Septiembre de 2012

Departamento (Ventas, Servicio, Refacciones)	Nombre de la Accion	Medios / Materiales Utilizados	Inversión	Prospectos obtenidos	Beneficios planeados (Autos vendidos, # entradas taller, # visitas a mostrador, $ Servicio, $ Refacciones)
Ventas	Seguimiento a los prospectos generados por VWM	Otros SPVW	100,000.00	2,750.00000	495.00
Totales			**100,000.00**	**2,750.00000**	

Imagen 47. Captura de datos área de Refacciones

En este apartado deberá capturar el monto de las ventas por el área de refacciones. En el campo superior deberá capturar el monto total de la venta mensual, en el campo inferior deberá capturar solo el monto de las ventas de refacciones obtenidas a través de acciones del plan de marketing.

5	Refacciones	Venta Total		$50,000.00
6		Facturación por Acciones de MKT/CRM	Del total del mes cuantas son por MKT	$45,000.00

Imagen 48. Datos área de Refacciones

En el siguiente segmento se debe de capturar la inversión que se realizó en publicidad y maketing para impulsar las ventas de refacciones y automáticamente el sistema dará el cálculo de la inversión por facturación.

Inversión en Marketing/Publicidad que apoyaron la Facturación de Refacciones	$5,000.00	Inversión por Facturación	$0.10000

Imagen 49. Datos área de Refacciones

Para guardar los datos pulse el botón **Guardar datos** o si quiere salir de esta opción pulse el botón **Cerrar Ventana.**

Imagen 50. Botones para guardar datos o cerrar ventana

4.3.2 Registro de acciones adicionales.

Si decidio pulsar el boton **Guardar datos** mostrara los siguientes campos a capturar de las acciones adicionales, como se explicara a continuación.

Imagen 51. Registro acciones de venta adicionales

- **Área**: deberá seleccionar el área a la cual pertenece la acción.
- **Nombre de la acción**: deberá seleccionar el nombre de la acción, en caso de que la acción requerida no se encuentre en la lista mostrada, podrá presionar el botón , para agregarla manualmente, deberá ingresar el nombre deseado de la acción y presionar el botón para guardarla.
- **Lugar**: deberá capturar el lugar donde se llevó a cabo la acción.
- **Dirigido a:** deberá capturar a quien se dirigió la acción.
- **Medios materiales**: deberá seleccionar los medios utilizados para difundir la acción.
- Los siguientes campos deberán ser capturados de acuerdo a lo capturado en el plan de marketing.

  Esto se refiere, a que si en el apartado donde capturo las ventas totales del mes, se encuentran registradas **12** ventas, en el campo **beneficios logrados**, no podrá registrar más de 12 ventas logradas.

  Este total podrá estar dividido en más de una acción, pero nunca rebasando el número total de ventas registradas.

Imagen 52. Registro acciones de venta adicionales

- **Presupuestos:** Así mismo, si en el apartado para registrar el monto de inversión para publicidad del área se encuentran registrados **$ 10,000.00**, no podrá registrar un número mayor a esta cantidad.

  Al igual que el anterior, este presupuesto podrá estar dividido en más de una acción.

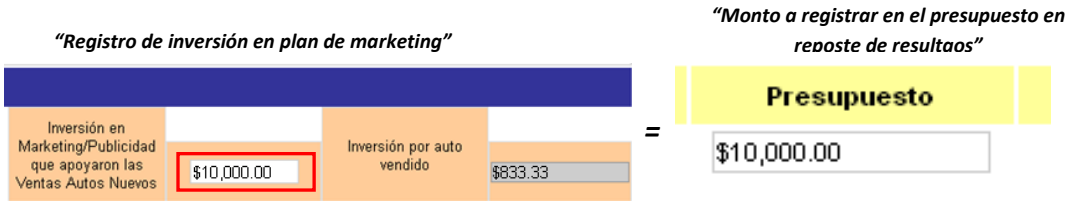


Imagen 53. Registro acciones de venta adicionales

- **Tasa de conversión.**

  El campo tasa de conversión se calcula dividiendo el número de ventas registradas en las fuentes creadas en el mes para marketing, entre el número de prospectos registrados en el mes, con fuentes usadas en el módulo de marketing y se ingresa al reporte de resultados.

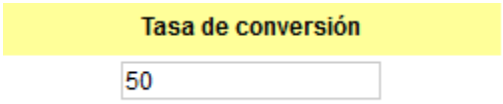


Imagen 54. Registro tasa de conversión

En el caso de que ambos campos, **Beneficios logrados** y **Presupuesto** coincidan con la información previamente capturada en *plan de marketing*, el sistema mostrara un formulario igual, pero para realizar la captura de las acciones realizadas en el área de servicios.

Al terminar con la captura deberá presionar el botón **Guardar**.

A continuación deberá realizar el mismo registro pero ahora para las acciones de servicio realizadas. Para ello deberá llenar los siguientes campos:

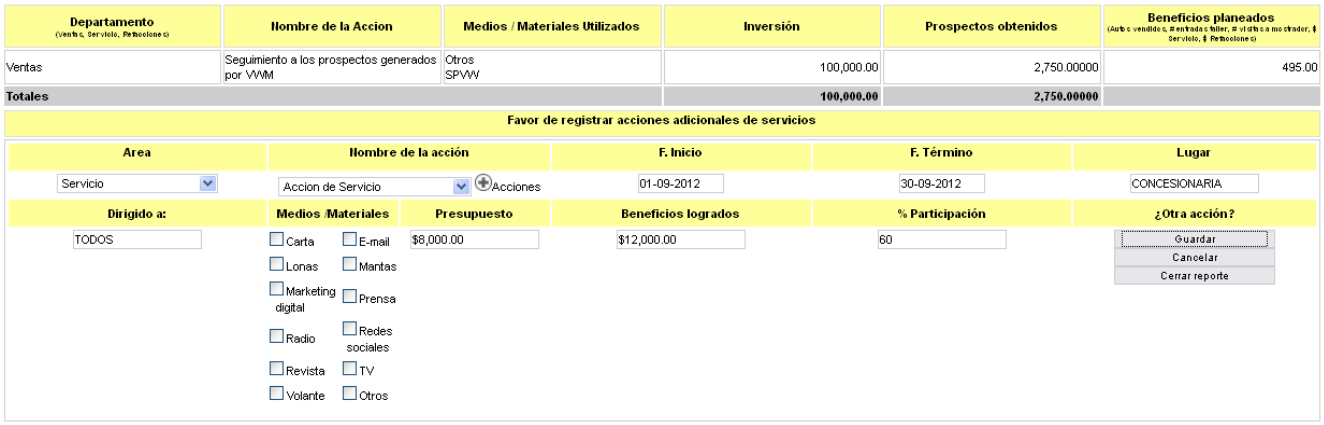


Imagen 55. Registro acciones de servicio adicionales

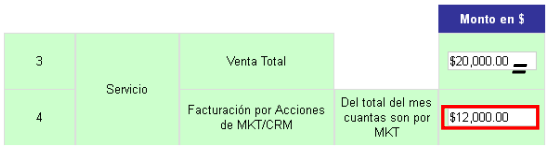
- **Área**: deberá seleccionar el área a la cual pertenece la acción.
- **Nombre de la acción**: deberá seleccionar el nombre de la acción, en caso de que la acción requerida no se encuentre en la lista mostrada, podrá presionar el botón , para agregarla manualmente, deberá ingresar el nombre deseado de la acción y presionar el botón para guardarla.
- **Lugar**: deberá capturar el lugar donde se llevó a cabo la acción.
- **Dirigido a:** deberá capturar a quien se dirigió la acción.
- **Medios materiales**: deberá seleccionar los medios utilizados para difundir la acción.

  Los siguientes campos deberán ser capturados de acuerdo a lo capturado en la sección anterior.

  Esto se refiere, a que si en el apartado donde capturo las ventas totales del mes, se encuentran registrados **$12,000** en ventas por acción, en el campo **Beneficios logrados**, no podrá registrar más de $12,000 en ventas logradas.

  Este total podrá estar dividido en más de una acción, pero nunca rebasando el número de ventas registradas por acción.

"Monto registrado en el plan de marketing"



"Monto de los beneficios logrados a registrar en el reporte de resultados"

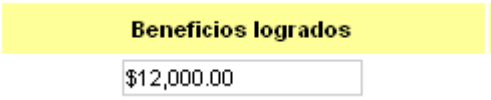


Imagen 56. Registro acciones de servicio adicionales

Así mismo, si en el apartado para registrar el monto de inversión para publicidad del área se encuentran registrados **$ 8,000.00**, no podrá registrar un número mayor a esta cantidad.

Al igual que el anterior, este presupuesto podrá estar dividido en más de una acción.

"Monto de la inversión registrado en el plan de marketing"

"Monto del presupuesto a registrar en el reporte de resultados"

"Monto del presupuesto a registrar en el reporte de resultados"

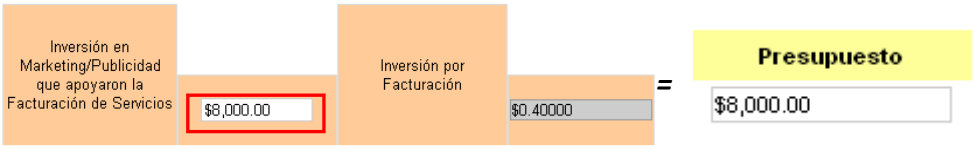


Imagen 57. Registro acciones de servicio adicionales

- **% de participación:** El campo % de participación se calcula sacando el porcentaje entre la facturación por acciones de marketing en servicios entre la venta total de servicios.

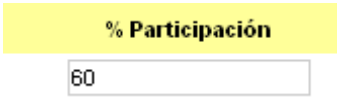


Imagen 58. Registro % Participación servicio

Al terminar con la captura deberá presionar el botón **Guardar**.

- En el caso de que ambos campos, **Beneficios logrados** y **Presupuesto** coincidan con la información previamente capturada, el sistema mostrara un formulario igual, pero para realizar la captura de las acciones realizadas en el área de refacciones.

A continuación deberá registrar las acciones realizadas.

Para ello deberá llenar los siguientes campos:

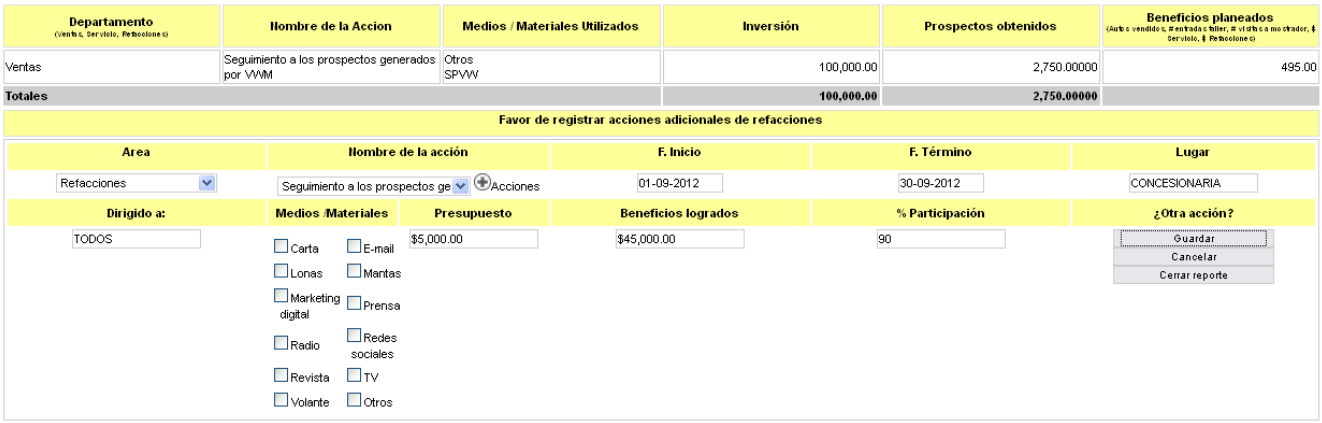


Imagen 59. Registro acciones de refacciones adicionales

- **Área**: deberá seleccionar el área a la cual pertenece la acción.
- **Nombre de la acción**: deberá seleccionar el nombre de la acción, en caso de que la acción requerida no se encuentre en la lista mostrada, podrá presionar el botón , para agregarla manualmente, deberá ingresar el nombre deseado de la acción y presionar el botón para guardarla.
- **Lugar**: deberá capturar el lugar donde se llevó a cabo la acción.
- **Dirigido a:** deberá capturar a quien se dirigió la acción.

- **Medios materiales**: deberá seleccionar los medios utilizados para difundir la acción.

Los siguientes campos deberán ser capturados de acuerdo a lo capturado en la sección anterior.

Esto se refiere, a que si en el apartado donde capturo las ventas totales del mes, se encuentran registrados **$45,000** en ventas por acción, en el campo **Beneficios logrados**, no podrá registrar más de $45,000 en ventas logradas.

Este total podrá estar dividido en más de una acción, pero nunca rebasando el número de ventas registradas por acción.

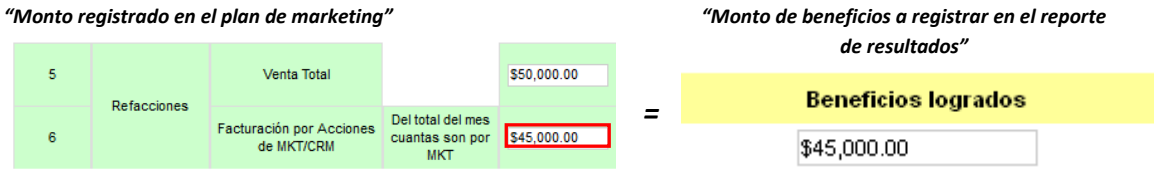


Imagen 60. Registro acciones de refacciones adicionales

Así mismo, si en el apartado para registrar el monto de inversión para publicidad del área se encuentran registrados **$ 5,000.00**, no podrá registrar un número mayor a esta cantidad.

Al igual que el anterior, este presupuesto podrá estar dividido en más de una acción.

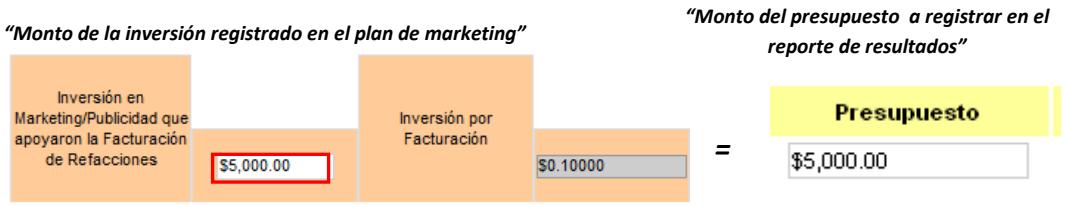

"Monto de la inversión registrado en el plan de marketing"
Inversión en Marketing/Publicidad que apoyaron la Facturación de Refacciones
$5,000.00
Inversión por Facturación
$0.10000
=
"Monto del presupuesto a registrar en el reporte de resultados"
Presupuesto
$5,000.00

Imagen 61. Registro acciones de refacciones adicionales

- **% de participación:** El campo % de participación se calcula sacando el porcentaje entre la facturación por acciones de marketing de refacciones entre la venta total de refacciones.

Imagen 62. Registro % Participación refacciones

Al terminar con la captura deberá presionar el botón **Guardar datos**.

Una vez registradas las acciones de las 3 áreas, el sistema le mostrara la siguiente pantalla.

Enviar Reporte de Resultados | Cerrar reporte

Registros que forman el Reporte de Resultados del periodo 2012 mes 09

Area	Nombre de la acción	F. Inicio	F. Término	Lugar	Dirigido a:	Medios/ materiales	Presupuesto	% Participación	Beneficios logrados	Eliminar
Ventas	Seguimiento a los prospectos generados por VWM	01-09-2012	30-09-2012	CONCESIONARIA	TODOS	Carta	10,000.00	0.00000	0	
Servicio	Seguimiento a los prospectos generados por VWM	01-09-2012	30-09-2012	CONCESIONARIA	TODOS	Carta	8,000.00	60.00000	12,000.00	
Refacciones	Seguimiento a los prospectos generados por VWM	01-09-2012	30-09-2012	CONCESIONARIA	TODOS	Carta	5,000.00	90.00000	45,000.00	
Total de registros: 3							**23,000.00**	**150.00000**		

Imagen 63. Resumen acciones registradas

Al presionar el botón **Enviar Reporte de Resultados**, el reporte capturado será enviado al Administrador de MKT para su valoración, una vez enviado el reporte, no podrá modificar los datos.

En caso de presionar el botón **Cerrar Reporte**, la ventana actual será cerrada.

5 Administración de Usuarios

La funcionalidad de está primer opción permitir al Gerente de CRM la administración adecuada de los usuarios que serán asignados a cada uno de los vendedores que tenga a su cargo.

Imagen 64. Menú principal

Al dar clic en el menú Administración de Usuarios se muestra la siguiente pantalla:

Imagen 65. Administración de Usuarios

Aquí se muestran las opciones de **Permisos de usuarios** y **Nuevo usuario**, misma que se describen a continuación:

5.1 Nuevo Usuario

Al dar clic en esta opción, el sistema mostrará la siguiente pantalla donde el gerente de CRM crea el nuevo usuario.

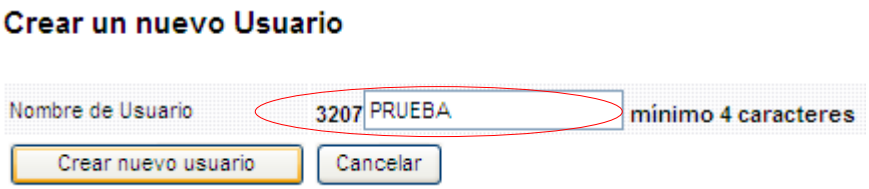


Imagen 66. Administración de Usuarios

Aquí el Gerente escribirá el nombre del nuevo usuario con un mínimo de 4 caracteres los cuales se convertirán a mayúsculas, el password será el mismo que el Nombre de Usuario, hasta que el usuario o el vendedor, entre por primera vez y lo modifique, la manera de guardar los datos, es dando clic con el mouse en el botón **Crear nuevo usuario** y se mostrará un mensaje de confirmación. Si seleccionamos la opción Cancelar no se grabará en la base de datos ningún nuevo usuario.

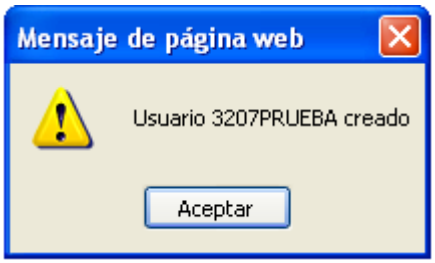


Imagen 67. Mensaje de confirmación

Importante: *El nombre de usuario estará compuesto por el número de concesionaria (cada concesionaria tiene diferente números) y posteriormente el nombre del usuario, se recomienda que el nombre sea con la inicial del nombre del usuario, seguido de su apellido paterno completo.*

(p.ej la concesionaria Emporio Automotriz de Tijuana S.A de C.V. tiene el número 0203 y el nombre del usuario es Oswaldo Ruiz entonces el nombre del usuario seria ***0203ORUIZ****)*

5.2 Permisos de Usuario

En esta pantalla el Gerente de CRM, podrá otorgar el permiso de asignar los prospectos a los vendedores después de que estos hayan capturado los datos del prospecto, esto a los usuarios de CallCenter o Hostess.

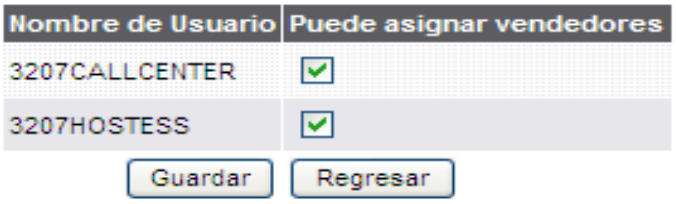


Imagen 68. Permisos de Usuario

Se selecciona el cuadro de lado derecho, para asignar el permiso (☑) al usuario.

Si desea guardar los cambios en el sistema presione sobre el botón de **Guardar**, de lo contrario si desea omitir esta operación presione sobre el botón **Regresar** y el sistema lo regresará a la pantalla de administración de usuarios

6 Administración de Vendedores

Esta opción, permite al Gerente de CRM, administrar los vendedores de la concesionaria, dándoles permiso para editar la información del prospecto y dar de baja ventas registradas.

Imagen 69.Admintración de vendedores

Al dar clic en esta opción nombrada **Administración de vendedores** se despliega una pantalla donde se deberá de asignar los permisos a los usuarios enlistados como se muestra a continuación:

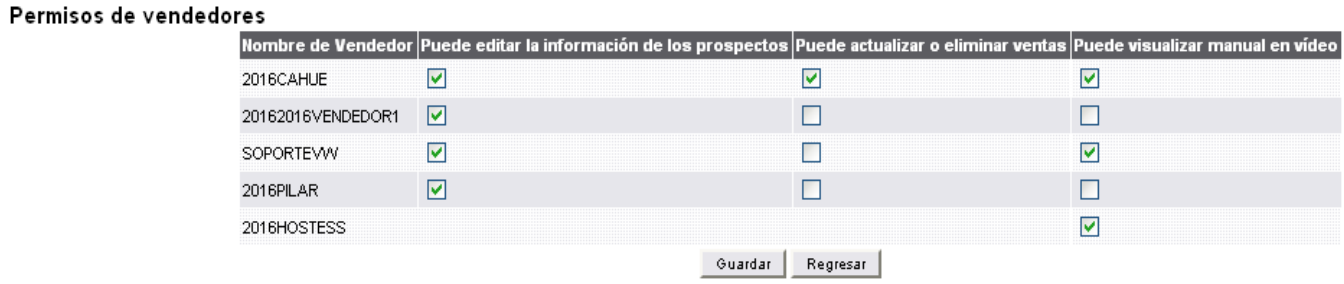


Imagen 70. Permisos de vendedores

Una vez asignados los permisos se oprime el botón **Guardar.**

7 Regresar a primera etapa

Imagen 71. Regresar a la primera etapa

En esta opción el Gerente de CRM podrá regresar a determinado prospecto a la primera etapa del ciclo de ventas, en base a diversas situaciones o los criterios que el Gerente determine.

Para llevar a cabo ésta regresión el Gerente de CRM debe buscar al prospecto con ayuda del buscador de contactos y bajo los criterios que este utiliza para localizar al prospecto, como se muestra a continuación:

Imagen 72. Buscar contacto

En este ejemplo tomaremos el criterio de **Vendedor** para la búsqueda del contacto, una vez seleccionado el vendedor, dar clic al botón **Buscar** y posteriormente el sistema mostrará una tabla que enlista los prospectos asignados a este vendedor.

El Gerente de CRM deberá seleccionar el prospecto que deberá regresar a primer etapa del ciclo de venta, para este ejemplo referenciamos al prospecto Carlos Núñez que se encuentra en la etapa de **Seguimiento**, como se muestra a continuación:

Campaña	Prioridad	Nombre	Fecha de registro	Vehículo	Asignado a	C. Vta	Seleccionar
Referidos		CARLOS HERREA LIMAS	11-09-2010 11:09:20	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-3 PRESENTACIÓN	☐
Cambaceo		RUBEN NUÑEZ	10-10-2010 01:10:22	Gol	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Piso		EDUARDO GARCIA ORTEGA	10-10-2010 01:10:53	Gol	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Referidos		ROBERTO JEAN LOUIS GERHARD WEBER	11-05-2010 10:05:06	Jetta	3207ADRIANAG	3207-6 CIERRE	☐
Referidos		VICTOR SOTO MORALES	05-05-2010 05:05:11	Gol	3207ADRIANAG	3207-6 CIERRE	☐
Evento Nuevo Jetta		AARON MIRANDA	23-08-2010 05:08:46	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Piso		JESUS ALBERTO NORIEGA ALARCON	27-10-2010 01:10:20	Jetta	3207ADRIANAG	3207-6 CIERRE	☐
Referidos		GUILLERMO APONTE LANDEROS	08-09-2010 01:09:45	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-5 NEGOCIACIÓN	☐
Evento Nuevo Jetta		MARIO GUTIERREZ	24-08-2010 03:08:09	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-2 CALIFICACIÓN	☐
Piso		MARIA ISABEL SEVILLA MORALES	27-10-2010 12:10:05	Gol Sedan	3207ADRIANAG	3207-8 SEGUIMIENTO	☐
Referidos		ABRAHAM URBINA VALLE	09-08-2010 12:08:59	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-3 PRESENTACIÓN	☐
Referidos		ARTEMIO CRUZ AC QUIMICA	09-09-2010 08:09:51	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Call Center		EULALIO RENDON	11-09-2010 11:09:20	Golf SportWagen	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Clientes existentes		CARLOS NUÑEZ	11-09-2010 11:09:23	Bora	3207ADRIANAG	3207-8 SEGUIMIENTO	☑
Piso2		RODRIGO FLORES MENDIETA	27-10-2010 01:10:39	Jetta	3207ADRIANAG	3207-8 SEGUIMIENTO	☐

Total de prospectos: 15

Todos | Ninguno | Regresar a primera etapa

Imagen 73. Seleccionar prospectos

Una vez seleccionado el prospecto, se oprime el botón **Regresar a primera etapa** en respuesta el sistema mostrará la siguiente pantalla que indica que el prospecto ha sido regresado a la primera etapa del ciclo de ventas:

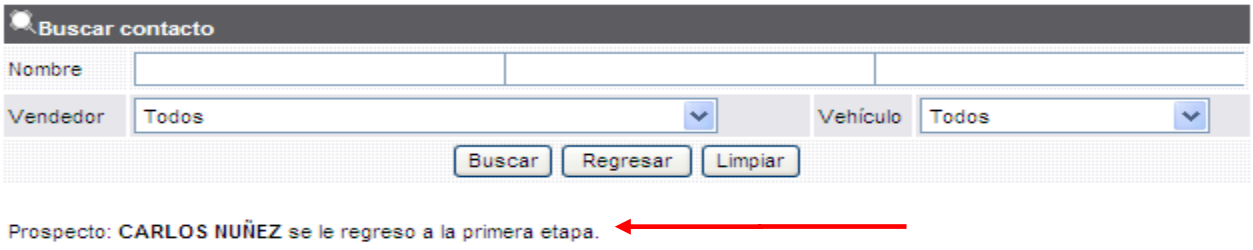


Imagen 74. Mensaje de confirmación

Si volvemos a consultar el listado de prospectos notaremos que el registro del prospecto Carlos Núñez ahora se encuentra en la primera etapa del ciclo de ventas, como se muestra a continuación:

Campaña	Prioridad	Nombre	Fecha de registro	Vehículo	Asignado a	C. Vta	Seleccionar
Referidos		CARLOS HERREA LIMAS	11-09-2010 11:09:20	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-3 PRESENTACIÓN	☐
Cambaceo		RUBEN NUÑEZ	10-10-2010 01:10:22	Gol	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Piso		EDUARDO GARCIA ORTEGA	10-10-2010 01:10:53	Gol	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Referidos		ROBERTO JEAN LOUIS GERHARD WEBER	11-05-2010 10:05:06	Jetta	3207ADRIANAG	3207-6 CIERRE	☐
Referidos		VICTOR SOTO MORALES	05-05-2010 05:05:11	Gol	3207ADRIANAG	3207-6 CIERRE	☐
Evento Nuevo Jetta		AARON MIRANDA	23-08-2010 05:08:46	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Piso		JESUS ALBERTO NORIEGA ALARCON	27-10-2010 01:10:20	Jetta	3207ADRIANAG	3207-6 CIERRE	☐
Referidos		GUILLERMO APONTE LANDEROS	08-09-2010 01:09:45	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-5 NEGOCIACIÓN	☐
Evento Nuevo Jetta		MARIO GUTIERREZ	24-08-2010 03:08:09	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-2 CALIFICACIÓN	☐
Piso		MARIA ISABEL SEVILLA MORALES	27-10-2010 12:10:05	Gol Sedan	3207ADRIANAG	3207-8 SEGUIMIENTO	☐
Referidos		ABRAHAM URBINA VALLE	09-08-2010 12:08:59	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-3 PRESENTACIÓN	☐
Referidos		ARTEMIO CRUZ AC QUIMICA	09-09-2010 08:09:51	Nuevo Jetta	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Call Center		EULALIO RENDON	11-09-2010 11:09:20	Golf SportWagen	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Clientes existentes		CARLOS NUÑEZ	11-09-2010 11:09:23	Bora	3207ADRIANAG	3207-1 PROSPECCIÓN	☐
Piso2		RODRIGO FLORES MENDIETA	27-10-2010 01:10:39	Jetta	3207ADRIANAG	3207-8 SEGUIMIENTO	☐
Total de prospectos: 15							

Todos | Ninguno | Regresar a primera etapa

Imagen 75. Prospecto en primera etapa

8 Asignación a prospectos

Esta opción sirve para asignar o reasignar prospectos a los vendedores. El primer paso lógico es la asignación de prospectos a los vendedores, para facilitar la distribución equitativa de prospectos, el sistema muestra un cuadro resumen de los vendedores y el número de prospectos que tienen asignados cada uno, esto puede ser utilizado para balancear y distribuir mejor las cargas de trabajo entre los vendedores.

Imagen 76. Asignación de prospectos

Para asignar el prospecto a algún vendedor primeramente hay que buscar al prospecto con ayuda del buscador:

Imagen 77. Buscar contacto para asignar a vendedor

Para este caso buscamos al prospecto bajo el criterio de nombre Alejandro, el sistema en respuesta nos brinda un listado de los prospectos con ese nombre y una tabla auxiliar que muestra el listado de los vendedores, con la finalidad de hacer más fácil su identificación.

Vendedores	Prospectos
3207ENRIQUEF	0
3207JORGE	11
3207LETICIA	31
3207SALVADOR	56
3207MARCOG	24
3207LUISMANUELS	0
3207CEDILLO	47
3207ARTUROI	0

Imagen 78. Listado de vendedores

La imagen que a continuación se presenta enlista a todos los prospectos que se localizaron bajo el criterio de búsqueda **Nombre: Alejandro,** el Gerente de CRM debe seleccionar el prospecto que será asignado al vendedor **3207Prueba.**

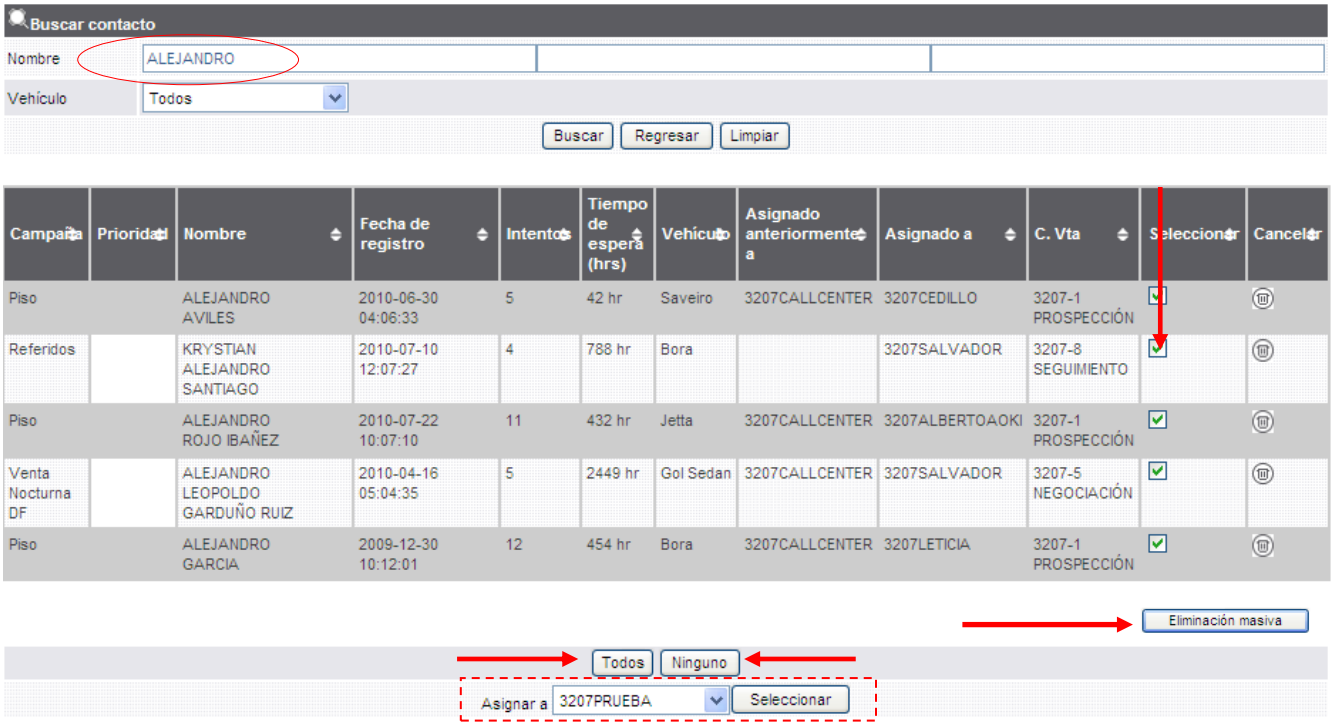


Imagen 79. Listado de prospectos encontrados

Existen tres opciones más:

- **Todos:** Sirve para seleccionar todos los prospectos
- **Ninguno:** Sirve para definir que ninguno de estos prospectos será asignado
- **Eliminación masiva:** Sirve para eliminar a todos los prospectos encontrados en el resultado de búsqueda.

A continuación se describen los conceptos que conforman las columnas de la tabla anterior:

- **Campaña** Indica el nombre de la campaña de la cual se substrajo al prospecto, estas pueden ser (Portal VW, Piso, Reto VW, Momento VW, Exhibición, Publicidad, Bancos, Call Center, Eventos, Internet Concesionaria.), y la cual se establece desde la creación del prospecto
- **Prioridad**. Muestra la prioridad que tiene el prospecto, el cual se ordenará de la siguiente manera:

0 a 3 meses	____	Caliente	____	Rojo
4 a 6 meses	____	Tibio +	____	Naranja
7 a 12 meses	____	Tibio -	____	Amarillo
13 a 24 meses	____	Frío	____	Azul
Más tarde	____	Frío	____	Azul

- **Nombre** Indica el nombre real del prospecto
- **Fecha de Registro.** Muestra la fecha en que el prospecto fue registrado en el sistema
- **Vehículo** Indica el nombre del vehículo del cual está interesado el prospecto
- **Asignado anteriormente a:** En esta columna se muestra el nombre del vendedor al que estaba asignado el prospecto anteriormente
- **Asignado a:** En esta columna se muestra el nombre del vendedor al que está asignado el prospecto
- **Ciclo de venta:** Indica la etapa en que se encuentra el prospecto dentro del ciclo de venta
- **Seleccionar** En esta parte se tiene que marcar con un clic en la casilla de los prospectos que queremos asignar a un vendedor, en la ventana Asignar a, seleccionamos al vendedor que le daremos los prospectos y dando clic en el botón **Seleccionar** se lleva a cabo la asignación
- **Cancelar** Para poder cancelar a algún prospecto presione el icono automáticamente el sistema mostrará la siguiente pantalla:

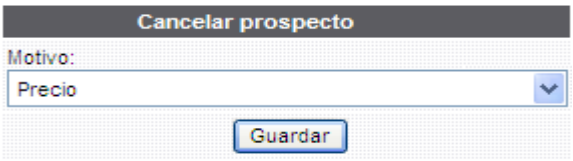


Imagen 80. Cancelar prospecto

Si el Gerente de CRM decide editar la información del cliente o simplemente quiere consultar detalles de la información del prospecto, dar clic sobre el nombre del prospecto, en respuesta el sistema le proporcionará la pantalla donde se puede editar o simplemente consultar dicha información:

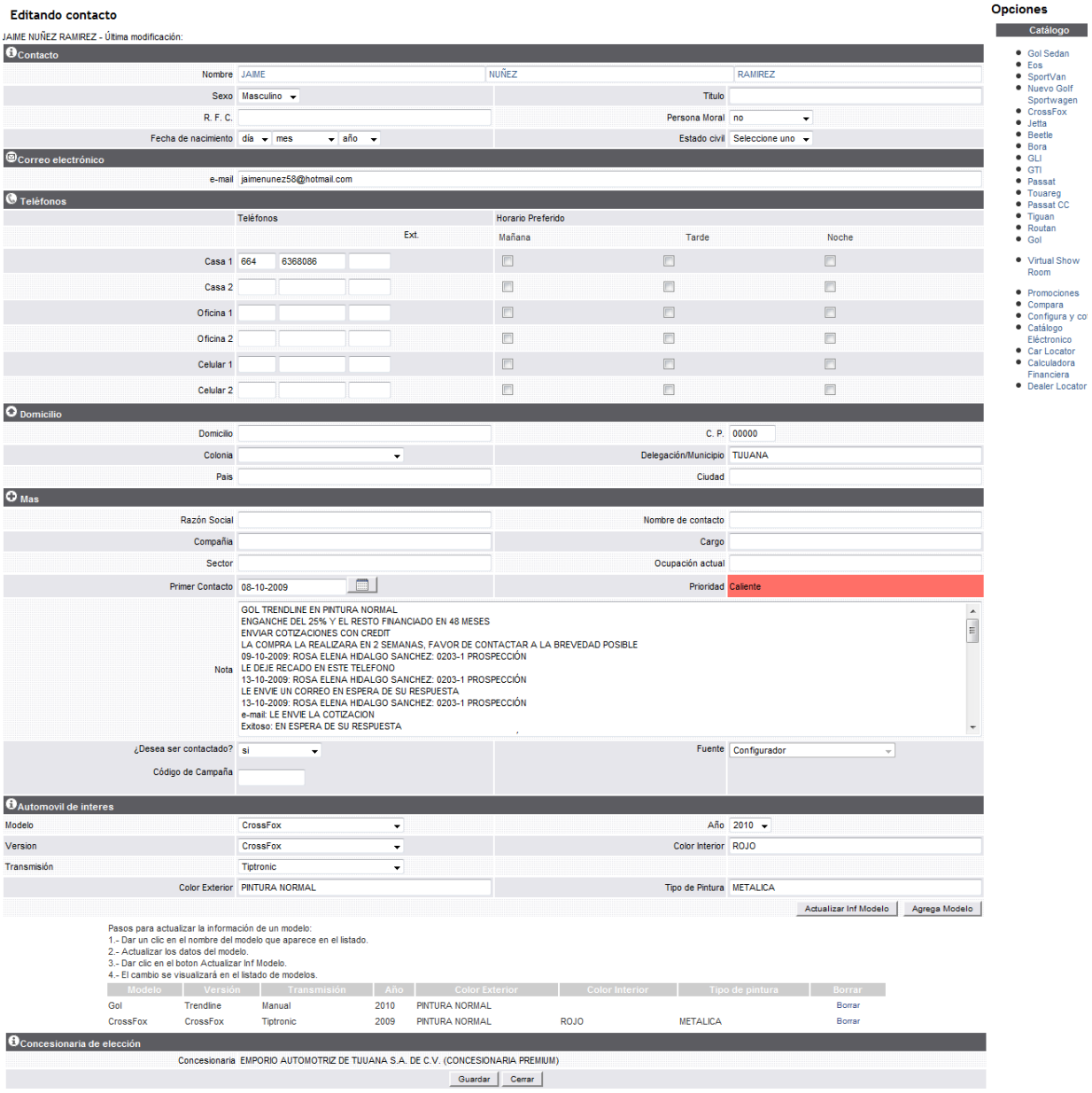


Imagen 81. Editar contacto

8.1 Reasignación de prospectos

Todas las funcionalidades de la opción "ASIGNACION DE PROSPECTOS" se pueden utilizar para la reasignación de prospectos.

En el momento de detectar atrasos en cualquier parte del ciclo de ventas el Gerente de CRM tiene la obligación de reasignar a los prospectos a otro vendedor para que estos sean atendidos inmediatamente y no perder la oportunidad de venta.

9 Monitoreo

Imagen 82. Monitoreo

9.1 Vendedores

En la opción de "Monitoreo de Vendedores" se pueden observar las estadísticas de atención a prospectos en las diferentes etapas del ciclo de ventas, mostrando los retrasos acumulados, con la oportunidad de mejorar tiempos de atención o para poder tomar decisiones de reasignación, y así incrementar las oportunidades de ventas, la pantalla es la siguiente:

Monitoreo de Vendedores

E = Número de Etapa del Ciclo de Venta

Usuario	E 1	E 2	E 3	E 4	E 5	E 6	E 7	E 8	E 9	E 10	E 11	E 12	Total	Retrasos acumulados		Núm. Retrasos
2016PILAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	hrs	0
JAIME CAHUE	25	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	7	36	34922	hrs	24
EFRAN GAMBOA	15	0	0	0	0	0	4	0	0	0	1	5	25	13982	hrs	6
SOPORTEVW	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	hrs	0
Total	**40**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**5**	**0**	**0**	**2**	**2**	**12**	**61**	**48904**	**hrs**	**30**

Imagen 83. Monitoreo de vendedores

9.1.1 Descripción de la tabla de monitoreo

- **Usuario** - Indica el nombre del Usuario (vendedor, Hostess, etc.).
- **E1,E2,...,E"n"** – Identifica el número de etapa de ciclo de venta.
- **Total** – Número total de prospectos de cada usuario
- **Retrasos Acumulados –** Número en horas de los retrasos de cada vendedor
- **Número de retrasos –** Número de retrasos por cada usuario

En la parte inferior de la tabla de resultados se podrá visualizar la cantidad Total cada una de las columnas que conforman a la misma.

9.1.2 Detalle de Monitoreo a vendedor

Los nombres de los vendedores referenciados en la tabla anterior son ligas para mostrar el detalle y en qué parte del ciclo de ventas se localiza cada uno de los prospectos que está atendiendo, como lo muestra la siguiente pantalla:

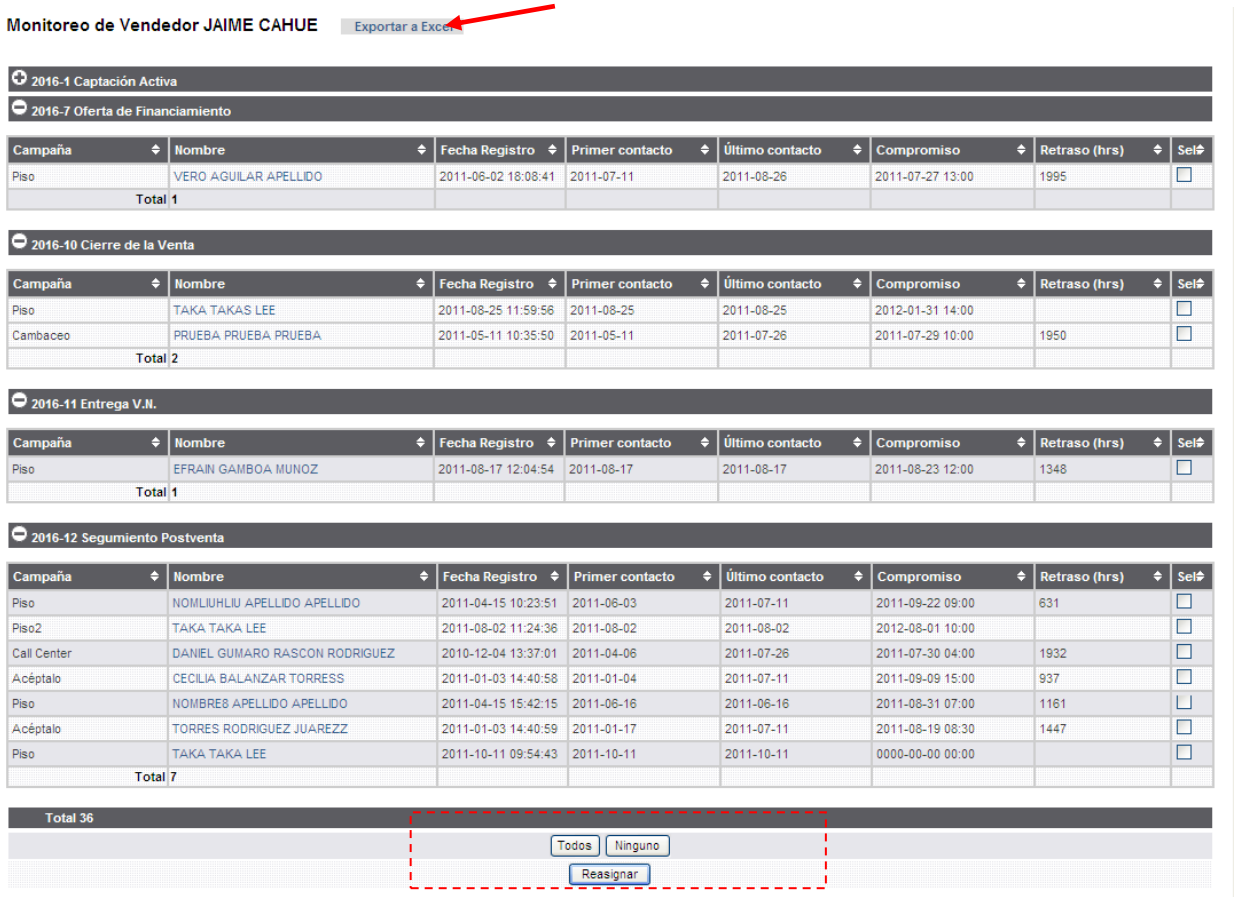

Monitoreo de Vendedor JAIME CAHUE
Exportar a Excel
2016-1 Captación Activa
2016-7 Oferta de Financiamiento
Campaña | Nombre | Fecha Registro | Primer contacto | Último contacto | Compromiso | Retraso (hrs) | Sel
Piso | VERO AGUILAR APELLIDO | 2011-06-02 18:08:41 | 2011-07-11 | 2011-08-26 | 2011-07-27 13:00 | 1995
Total 1
2016-10 Cierre de la Venta
Campaña | Nombre | Fecha Registro | Primer contacto | Último contacto | Compromiso | Retraso (hrs) | Sel
Piso | TAKA TAKAS LEE | 2011-08-25 11:59:56 | 2011-08-25 | 2011-08-25 | 2012-01-31 14:00
Cambaceo | PRUEBA PRUEBA PRUEBA | 2011-05-11 10:35:50 | 2011-05-11 | 2011-07-26 | 2011-07-29 10:00 | 1950
Total 2
2016-11 Entrega V.N.
Campaña | Nombre | Fecha Registro | Primer contacto | Último contacto | Compromiso | Retraso (hrs) | Sel
Piso | EFRAIN GAMBOA MUNOZ | 2011-08-17 12:04:54 | 2011-08-17 | 2011-08-17 | 2011-08-23 12:00 | 1348
Total 1
2016-12 Segumiento Postventa
Campaña | Nombre | Fecha Registro | Primer contacto | Último contacto | Compromiso | Retraso (hrs) | Sel
Piso | NOMLIUHLIU APELLIDO APELLIDO | 2011-04-15 10:23:51 | 2011-06-03 | 2011-07-11 | 2011-09-22 09:00 | 631
Piso2 | TAKA TAKA LEE | 2011-08-02 11:24:36 | 2011-08-02 | 2011-08-02 | 2012-08-01 10:00
Call Center | DANIEL GUMARO RASCON RODRIGUEZ | 2010-12-04 13:37:01 | 2011-04-06 | 2011-07-26 | 2011-07-30 04:00 | 1932
Acéptalo | CECILIA BALANZAR TORRESS | 2011-01-03 14:40:58 | 2011-01-04 | 2011-07-11 | 2011-09-09 15:00 | 937
Piso | NOMBRE8 APELLIDO APELLIDO | 2011-04-15 15:42:15 | 2011-06-16 | 2011-06-16 | 2011-08-31 07:00 | 1161
Acéptalo | TORRES RODRIGUEZ JUAREZZ | 2011-01-03 14:40:59 | 2011-01-17 | 2011-07-11 | 2011-08-19 08:30 | 1447
Piso | TAKA TAKA LEE | 2011-10-11 09:54:43 | 2011-10-11 | 2011-10-11 | 0000-00-00 00:00
Total 7
Total 36
Todos
Ninguno
Reasignar

Imagen 84. Detalle del monitoreo al vendedor

Al dar clic en el link Exportar a Excel , que se encuentra del lado derecho del nombre del vendedor, el sistema presentará la siguiente pantalla, para poder guardar o abrir un archivo de Excel con los datos de la tabla de monitoreo de vendedores.

Dentro de este detalle de ventas el Gerente de CRM podrá reasignar a otros vendedores, los prospectos enlistados, si así lo ha decidido.

A continuación se describen los elementos que conformar las columnas de las tablas de la imagen 25:

- La columna de campaña representa la procedencia del prospecto (de qué campaña se obtuvo)
- La columna denominada Nombre muestra el nombre del prospecto
- La fecha de registro representa la fecha y el tiempo en el que se registró el prospecto
- La columna de primer contacto representa la primera vez que se contactó al prospecto
- La columna de último contacto representa la última vez que se tuvo un contacto con el prospecto, que pudo ser una llamada, un email, una visita, etc.
- La columna de compromiso representa actividades pendientes de realizar en determinada fecha con el prospecto (llamada, email, visita casa, piso, test drive, etc.)
- La columna de retraso representa el tiempo en horas que lleva de retardo el compromiso realizado con el prospecto
- Si seleccionamos la columna "Sel" del prospecto correspondiente a esta línea, este podrá ser reasignado a otro vendedor, al momento de reasignar al prospecto, el sistema nos mandará a la siguiente pantalla

9.1.3 Reasignación de prospectos

En la sección anterior se describió el detalle de monitoreo del vendedor, así como también se mencionó que el Gerente de CRM podrá reasignar prospectos. Este proceso consiste en seleccionar los prospectos y dar clic en el botón **Reasignar,** el sistema dará como resultado la siguiente pantalla donde se indican el número de prospectos que se reasignaron:

Reasignar a concesionaria 1 prospectos

Usuario	Ciclo								Total	Reasignar	
	P	C	P	D	N	C	E	$			
RUTH AGUILAR BARRAON	0	1	0	0	0	0	0	0	1	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
RUTH AGUILAR BARRAON	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
ENRIQUE FARIAS GUZMAN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
JORGE BALTASAR GAMBOA VILLA	3	0	0	0	0	0	0	8	11	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
LETICIA JIMENEZ BARRIOS	29	1	0	0	0	0	0	0	30	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
SALVADOR DURAN PARRA	11	0	0	0	1	2	1	39	54	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
MARCO ANTONIO ARMENDARIZ	0	0	2	1	5	0	0	16	24	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
3207LUISMANUELS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
CAROLINA CEDILLO GOMEZ	42	0	0	0	0	2	0	2	46	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
LUZ ARRIAGA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
JAIME CAHUE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
3207ARTUROI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
ARTURO ORTIZ REZA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
VANESA PICHARDO RAMOS	34	0	0	0	0	0	0	0	34	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
MIGUEL ANGEL GAMEZ	0	0	0	0	0	1	3	0	4	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
VENTAS CRM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
JOSE LUIS RAMIREZ	11	0	0	0	0	2	0	6	19	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
ALBERTO TAKASI AOKI NAKAMURA	4	0	0	0	0	0	0	0	4	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
3207MIRIAMV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
ADRIANA ELIZABETH GUTIERREZ CARRILLO	6	1	2	0	1	3	0	2	15	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
JOSE VICENTE PRIETO FRANCO	6	0	0	0	0	0	0	9	15	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
GTE DE MKT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
3207ROBERTOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
MIRIAM TALIA BIELMA SARABIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
FERNANDO FRIAS VILLEGAS	4	3	4	0	1	0	1	2	15	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
3207IVANS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
GABRIEL ABUELA PEZA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
ANGELICA SALAZAR OLMOS	1	0	0	0	0	0	0	0	1	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
3207ABCD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
3207PRUEBA	3	0	0	0	1	0	0	1	5	Reasignar sin penalización	Reasignar con penalización
Total	154	6	8	1	9	10	5	85	278		

Imagen 85. Prospectos reasignados

Aquí el Gerente de CRM debe seleccionar al vendedor a quién asignará los prospectos antes mencionados, esta reasignación puede ser:

- **Reasignar sin penalización**: Al reasignar sin penalización, el prospecto será asignado a otro vendedor sin que esto se refleje en el score del vendedor que lo tenía asignado con anterioridad.
- **Reasignar con penalización**: Al reasignar con penalización se le quita un punto al vendedor por prospecto reasignado y se refleja en un reporte de penalizaciones, en el cual se ve el score del vendedor, al cual sólo tiene acceso el Administrador Nacional y el prospecto quedará reasignado.

Finalmente si el Gerente de CRM quiere ver el detalle de atención de un prospecto de la lista sólo tiene que dar un clic sobre su nombre para ver la información solo en modo de lectura es decir no podrá modificarla de acuerdo a la siguiente pantalla:

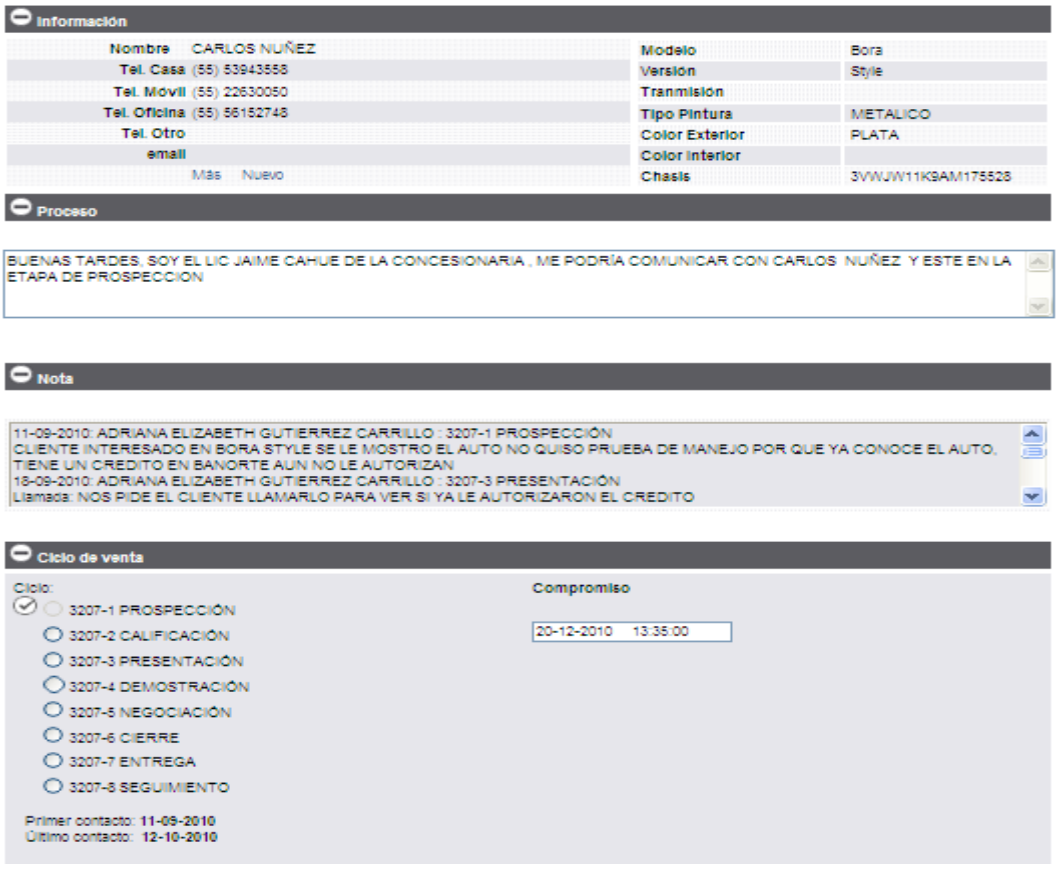

Información
Nombre CARLOS NUÑEZ
Tel. Casa (55) 53943558
Tel. Movil (55) 22630050
Tel. Oficina (55) 56152748
Tel. Otro
email
Más Nuevo
Modelo Bora
Versión Style
Tranmisión
Tipo Pintura METALICO
Color Exterior PLATA
Color Interior
Chasis 3VWJW11K9AM175528
Proceso
BUENAS TARDES, SOY EL LIC JAIME CAHUE DE LA CONCESIONARIA , ME PODRÍA COMUNICAR CON CARLOS NUÑEZ Y ESTE EN LA ETAPA DE PROSPECCION
Nota
11-09-2010: ADRIANA ELIZABETH GUTIERREZ CARRILLO : 3207-1 PROSPECCIÓN
CLIENTE INTERESADO EN BORA STYLE SE LE MOSTRO EL AUTO NO QUISO PRUEBA DE MANEJO POR QUE YA CONOCE EL AUTO. TIENE UN CREDITO EN BANORTE AUN NO LE AUTORIZAN
18-09-2010: ADRIANA ELIZABETH GUTIERREZ CARRILLO : 3207-3 PRESENTACIÓN
Llamada: NOS PIDE EL CLIENTE LLAMARLO PARA VER SI YA LE AUTORIZARON EL CREDITO
Ciclo de venta
Ciclo:
3207-1 PROSPECCIÓN
3207-2 CALIFICACIÓN
3207-3 PRESENTACIÓN
3207-4 DEMOSTRACIÓN
3207-5 NEGOCIACIÓN
3207-6 CIERRE
3207-7 ENTREGA
3207-8 SEGUIMIENTO
Compromiso
20-12-2010 13:35:00
Primer contacto: 11-09-2010
Último contacto: 12-10-2010

Imagen 86. Detalles de prospectos

9.2 Alta de prospectos

Esta opción del sistema, permite al Gerente de CRM, saber la cantidad de prospectos capturados en el sistema por los vendedores, determinando el rango de fechas que desea consultar:

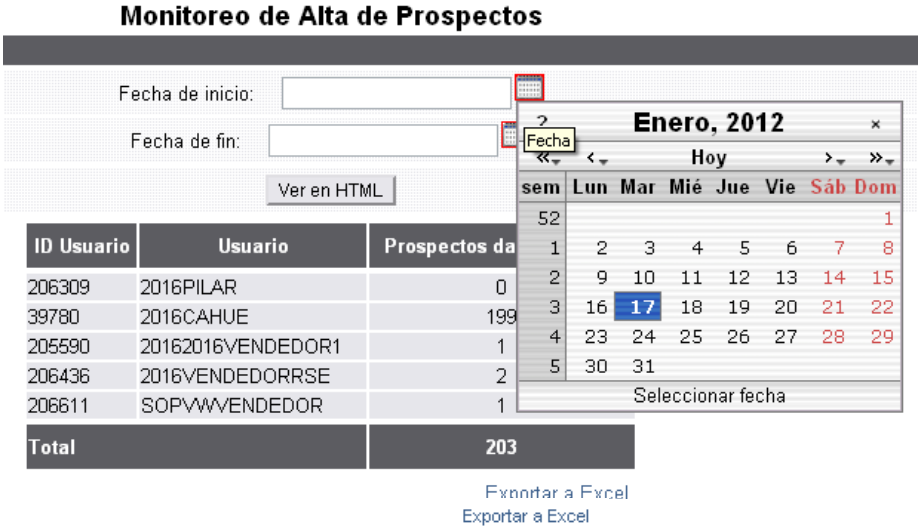


Imagen 87. Alta de Prospectos

9.3 Prospectos

Aquí se puede observar a todos los prospectos de acuerdo a la etapa del ciclo de venta que se encuentren, para generar este reporte es necesario introducir un rango de fechas a consultar:

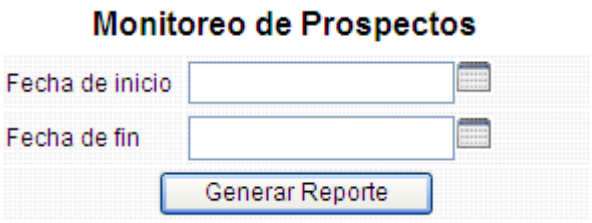


Imagen 88. Indicar rango de fechas para el reporte

Dar clic en el botón **Generar Reporte,** el sistema en respuesta generará el reporte deseado, donde se mostrará una sección para cada etapa del ciclo de ventas y estas a su vez enlistarán los prospectos que poseen, como se muestra en la siguiente imagen:

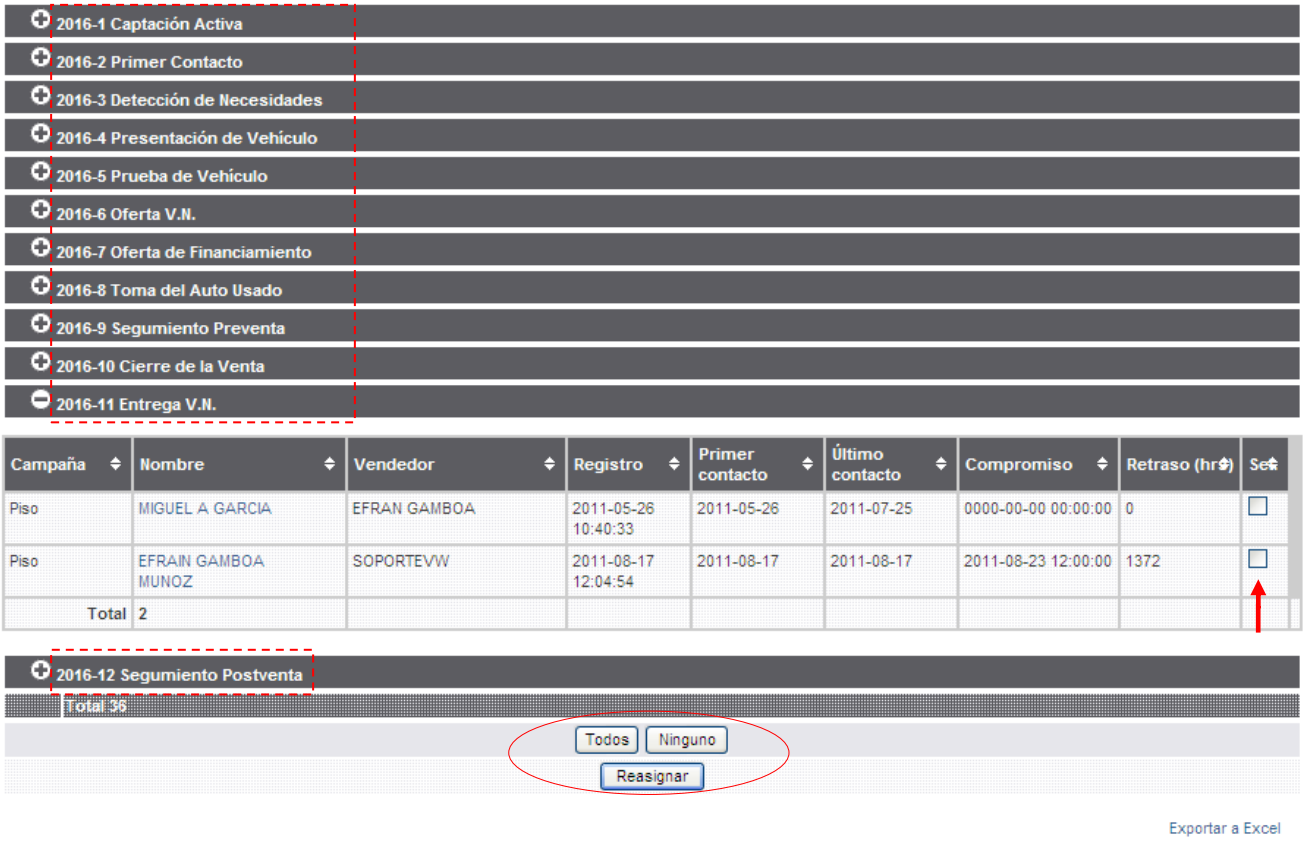


Imagen 89. Monitoreo de prospectos por cada etapa del ciclo de venta

Esta tabla tiene la funcionalidad de ordenar de manera ascendente y descendente la información de las columnas de la tabla que contiene a los prospectos.

Si es necesario realizar una reasignación, al igual que en "Monitoreo de Vendedores", solo se tiene que utilizar la última columna **Sel** o el botón de **Todos** para marcar los prospectos a reasignar y damos clic en el botón de **Reasignar** para llevar a cabo la acción.

En ambos casos de reasignación (por vendedor o prospecto) se realizará el proceso descrito en el punto 8.1.3 dentro de este manual.

Nota: *Este reporte puede ser exportado a un archivo Excel, dar clic en la opción que se encuentra al lado derecho inferior de la pantalla.*

10 Tasa de Conversión

Esta parte del sistema muestra la cantidad de prospectos que han sido registrados en el sistema y cuántos de ellos han sido ventas.

Imagen 90. Tasa de conversión

Se genera el reporte seleccionando la fuente y un rango de fechas (inicio y fin), como muestra la siguiente pantalla:

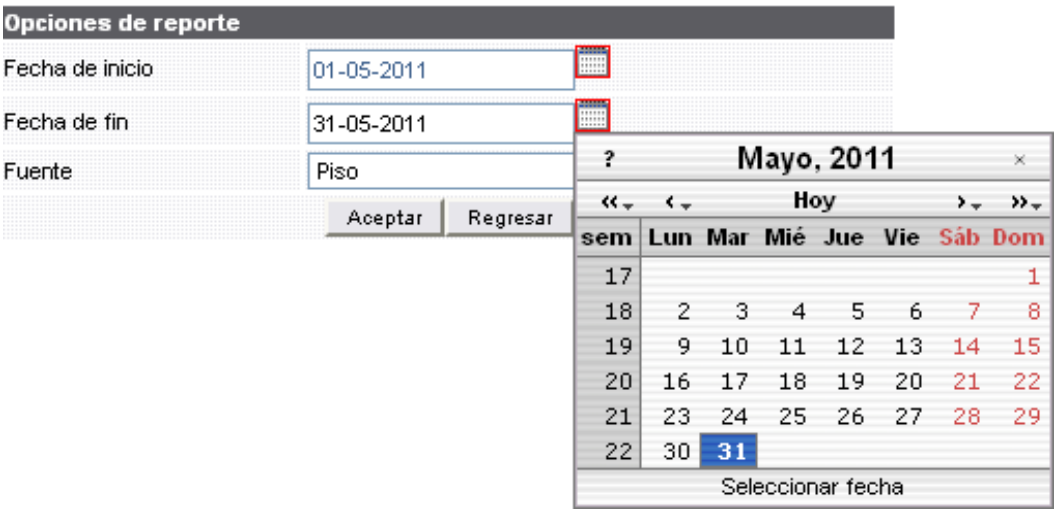


Imagen 91. Reporte de Tasa de conversión

Dar clic en el botón **Aceptar** y el sistema brindará como respuesta la siguiente información:

Imagen 92. Porcentaje de ventas del periodo seleccionado

Al dar clic sobre la cantidad de ventas registradas, el sistema mostrará el detalle de las ventas, como lo es la campaña en la que se vendió, el nombre del prospecto, el vendedor que reporto la venta, teléfono, Email, la fecha en la que se registró la venta, el modelo y el número de chasis del vehículo.

Exportar a Excel

No	Campaña	Nombre del comprador	Vendedor	Tel casa	Tel oficina	Email	Fecha Vta	Modelo	Chasis	Modificar	Cancelar
4	Piso	ALMA MENDOZA FLORES		(595) 9280807		fgyfgyg@hjjjh.com	2011-05-26 13:01:17	Clasico	4VW00000000000000		
1	Piso	IVAN CASILLAS SALGADO		(55) 19968112	(595) 1117050	ivan_casillas1803@hotmail.com	2011-05-26 12:55:19	Nuevo Jetta	34RFVGTY667890564		
2	Piso	JAIME AGUILAR VEGA		(442) 2223344		jaimeaguilarvega@hotmail.com	2011-05-20 15:14:04	Touareg	H3K34O43JL3283243		
5	Piso	LETICI GUTIERREZ ORTEGA		(55) 12595044		leticia.gutierrezv@yahoo.com.mx	2011-05-26 12:57:14	Nuevo Jetta	VW243546576868686		
6	Piso	LUIS ENRIQUE QUINTERO VENGEAS				luis@hotmail.com	2011-05-26 12:55:00	Nuevo Jetta	12345678912345678		
7	Piso	MANUEL CONTRERAS BARROS	JAIME CAHUE	(444) 44444444		notiene@notiene.com	2011-05-19 13:19:38	Gol Sedan	VWJ74325689799999		
8	Piso	MIGUEL A GARCIA		(55) 53922718		miguegvw@yahoo.com.mx	2011-05-26 13:03:09	Nuevo Jetta	22222222222444441		
9	Piso	NORMA SUSANA MARTINEZ VILLA		45985410		susana.mv09@hotmail.com	2011-05-26 12:55:28	Nuevo Jetta	3VWF7866552632233		
3	Piso	TAKA TAKA LEE	JAIME CAHUE	(222) 33333333		notiene@notiene.com	2011-05-26 12:55:21	Nuevo Amarok	14537374676578787		

Total: 9

Imagen 93. Detalle del número de ventas

En este detalle de las 9 ventas las dos últimas columnas de la tabla nos brindan las acciones de **Modificar** y **Cancelar.**

Nota: *Este reporte puede ser exportado a un archivo Excel, dar clic en el link Exportar a Excel ubicado en la parte superior derecha de la tabla de resultados.*

10.1 Modificar

Al presionar sobre esta opción del sistema, se mostrará una ventana, donde se encuentran los datos del prospecto, el nombre del vendedor que registro la venta, el modelo vendido y se podrá editar el chasis del vehículo y el precio:

Imagen 94 Modificar venta

Una vez que ya capturamos los datos a modificar, dar clic en el botón **Registra,** y en la pantalla se mostrará un mensaje para confirmar la acción:

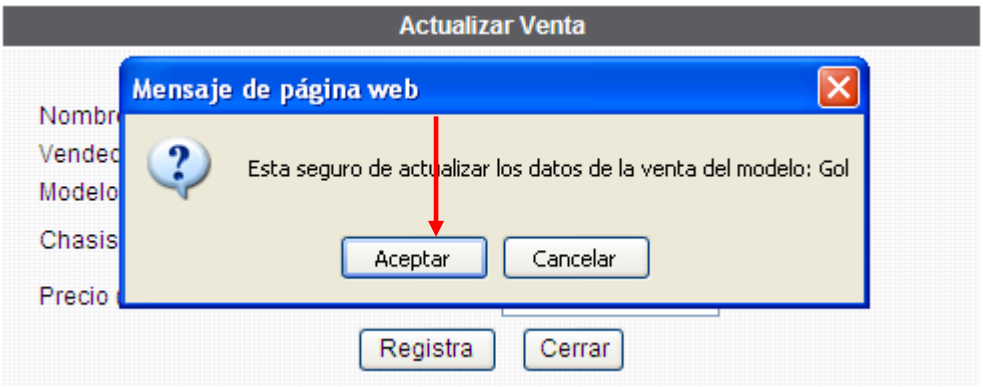


Imagen 95. Mensaje de confirmación

Al dar clic en **Aceptar,** se mostrará una leyenda que indica que la venta ha sido actualizada

Imagen 96. Venta actualizada

En caso de que el número del chasis este repetido, el sistema mostrará la siguiente ventana:

Imagen 97. Número de chasis repetido

Nota: El campo del número de chasis, debe ser de 17 caracteres, ya que si se colocan menos, el sistema no permitirá registrar la venta.

10.2 Cancelar

Esta opción permitirá al Gerente de CRM, dar de baja ventas registradas por los vendedores, para realizar esta función, presione sobre el icono de , a continuación se mostrará la siguiente ventana:

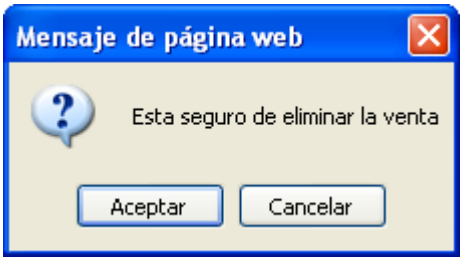


Imagen 98. Cancelar venta

Si está seguro de borrar la venta, presione sobre el botón **Aceptar**, el sistema, dará de baja la venta y actualizará la ventana, si desea omitir el proceso anterior presione sobre el botón de **Cancelar.**

11 Tasa de conversión por vendedor

Esta parte del sistema muestra la cantidad de prospectos que han sido registrados en el sistema, por cada vendedor y cuántos de ellos han sido ventas.

Imagen 99. Tasa de conversión por vendedor

Se generará el reporte seleccionando la fuente, un rango de fechas (inicio y fin) y el nombre del vendedor que desea consultar, como muestra la siguiente pantalla:

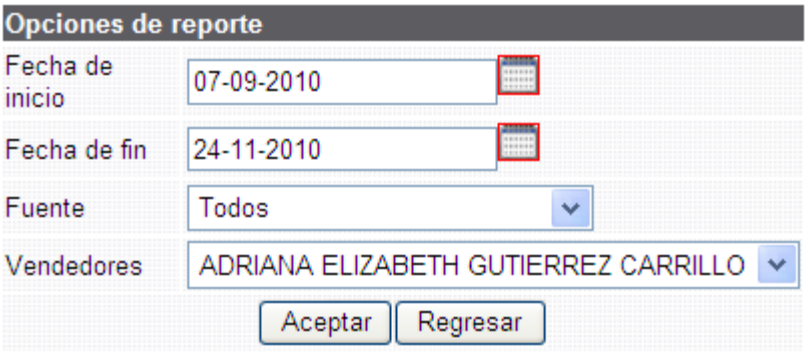


Imagen 100 Reporte de tasa de conversión del vendedor Adriana Gutiérrez

Dar clic en el botón **Aceptar** y el sistema brindará como respuesta la siguiente pantalla:

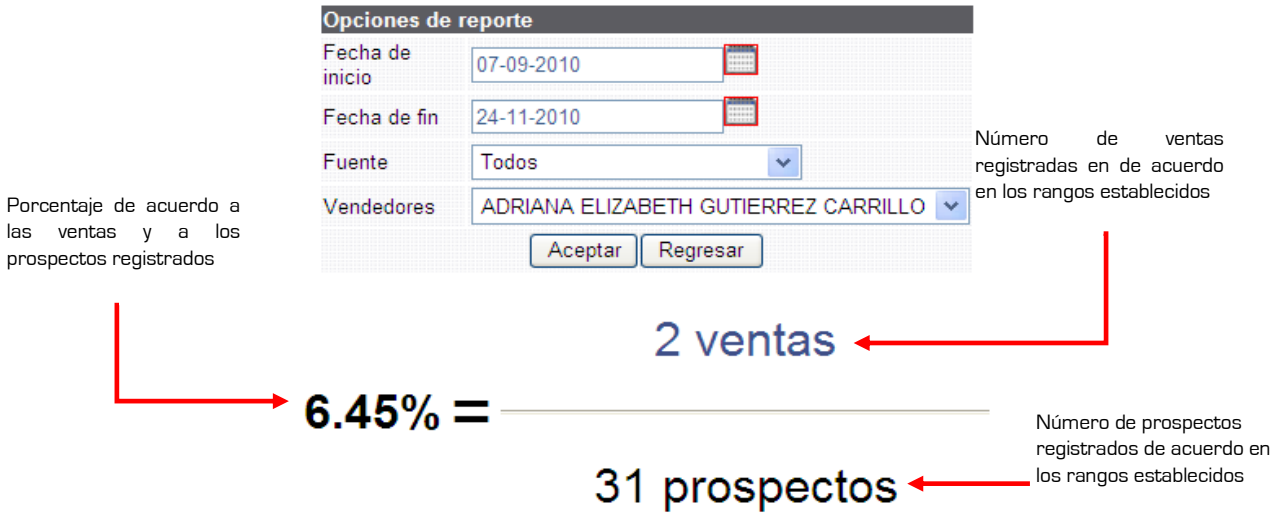


Imagen 101. Porcentaje de ventas del vendedor

Detalle de las ventas registradas por el vendedor, en el periodo consultado:

Imagen 102. Detalle de las ventas registradas por el vendedor

En este detalle de las 7 ventas las dos últimas columnas de la tabla nos brindan las acciones de **Modificar** y **Cancelar.** Dichas acciones llevan a cabo el proceso que se describe en los puntos **9.1 Modificar** y **9.2 Cancelar,** dentro de este manual.

12 Envía Prospectos a Excel

En esta opción del menú principal usted podrá enviar un reporte en Excel de los prospectos que hay en la concesionaria así como todos los datos del mismo y el auto de interés.

Imagen 103. Envía prospectos a Excel

Al acceder a este menú se desplegará la siguiente pantalla:

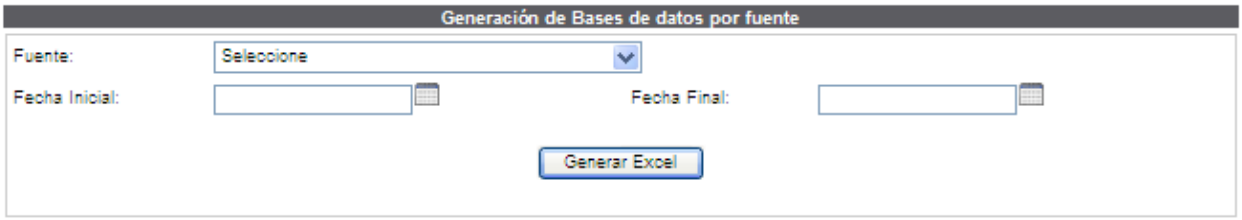


Imagen 104. Filtros de búsqueda para generar archivo de Excel

Una vez especificados los criterios necesarios debe dar clic en botón **Generar Excel,** el sistema exportará la información a un archivo en formato Excel y se mostrará el siguiente cuadro de diálogo para Abrir o Guardar dicho archivo:

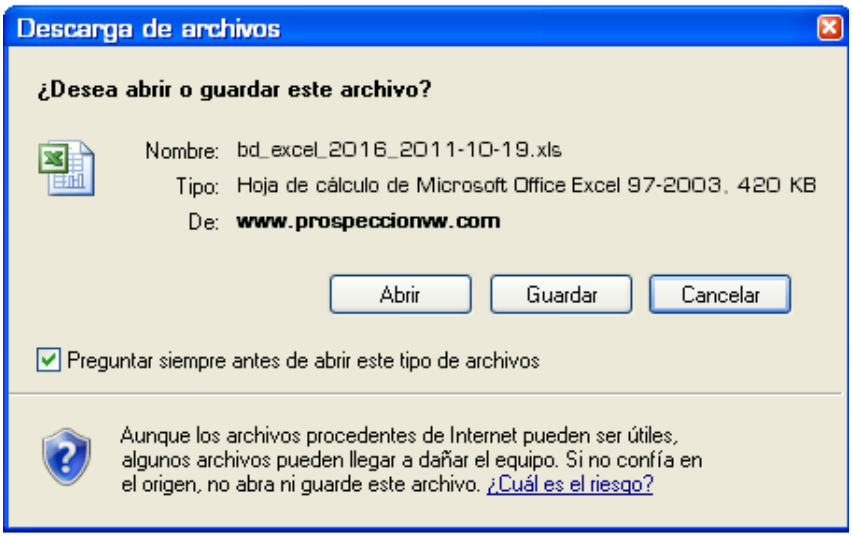
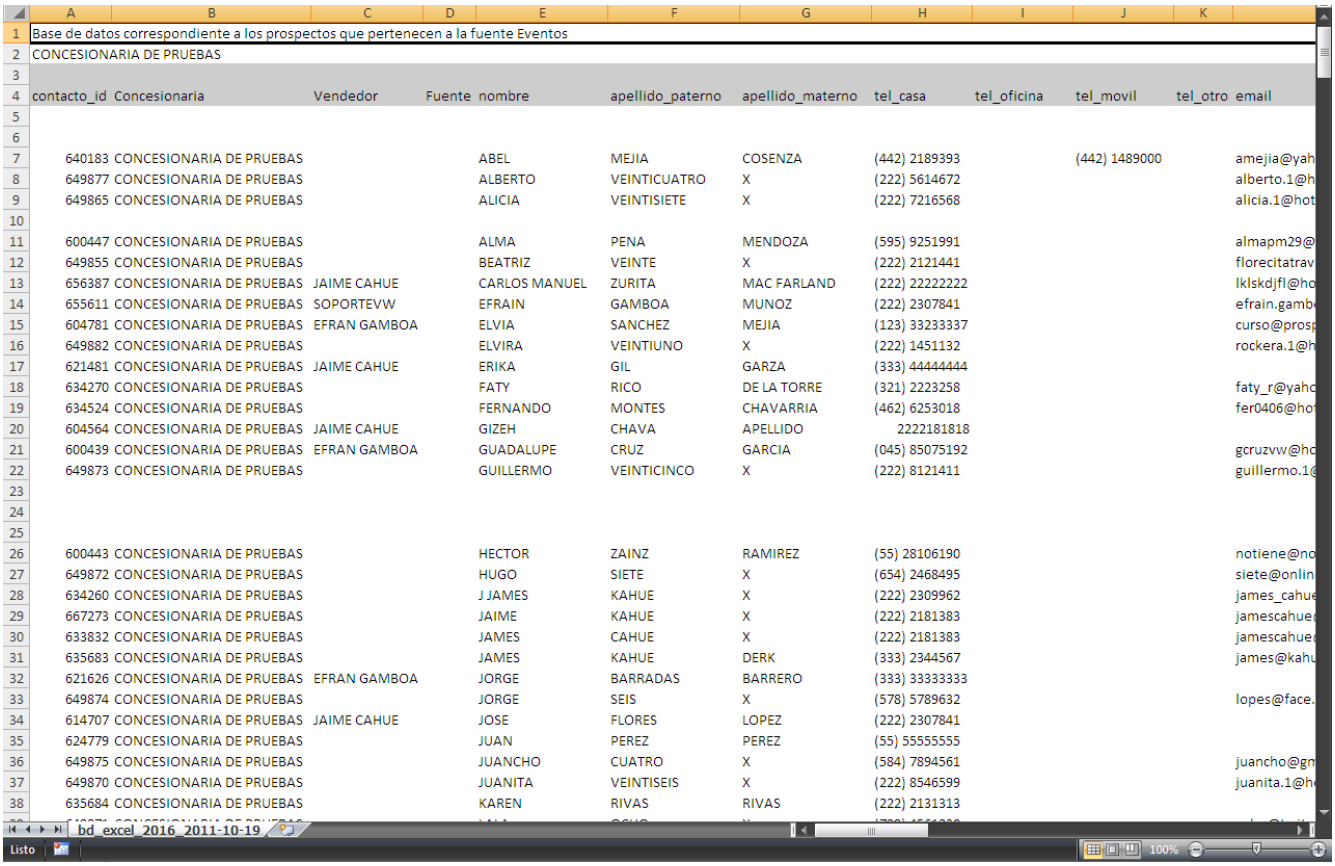

Descarga de archivos
¿Desea abrir o guardar este archivo?
Nombre: bd_excel_2016_2011-10-19.xls
Tipo: Hoja de cálculo de Microsoft Office Excel 97-2003, 420 KB
De: www.prospeccionvw.com
Abrir
Guardar
Cancelar
Preguntar siempre antes de abrir este tipo de archivos
Aunque los archivos procedentes de Internet pueden ser útiles, algunos archivos pueden llegar a dañar el equipo. Si no confía en el origen, no abra ni guarde este archivo. ¿Cuál es el riesgo?

Imagen 105. Ventana que administra la descarga del archivo de Excel

El archivo de Excel se mostrará de la siguiente manera:



Base de datos correspondiente a los prospectos que pertenecen a la fuente Eventos
CONCESIONARIA DE PRUEBAS

contacto_id	Concesionaria	Vendedor	Fuente	nombre	apellido_paterno	apellido_materno	tel_casa	tel_oficina	tel_movil	tel_otro	email
640183	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			ABEL	MEJIA	COSENZA	(442) 2189393		(442) 1489000		amejia@yah
649877	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			ALBERTO	VEINTICUATRO	X	(222) 5614672				alberto.1@h
649865	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			ALICIA	VEINTISIETE	X	(222) 7216568				alicia.1@hot
600447	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			ALMA	PENA	MENDOZA	(595) 9251991				almapm29@
649855	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			BEATRIZ	VEINTE	X	(222) 2121441				florecitatrav
656387	CONCESIONARIA DE PRUEBAS	JAIME CAHUE		CARLOS MANUEL	ZURITA	MAC FARLAND	(222) 22222222				lklskdjfl@ho
655611	CONCESIONARIA DE PRUEBAS	SOPORTEVW		EFRAIN	GAMBOA	MUNOZ	(222) 2307841				efrain.gamb
604781	CONCESIONARIA DE PRUEBAS	EFRAN GAMBOA		ELVIA	SANCHEZ	MEJIA	(123) 33233337				curso@prosp
649882	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			ELVIRA	VEINTIUNO	X	(222) 1451132				rockera.1@h
621481	CONCESIONARIA DE PRUEBAS	JAIME CAHUE		ERIKA	GIL	GARZA	(333) 44444444				
634270	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			FATY	RICO	DE LA TORRE	(321) 2223258				faty_r@yaho
634524	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			FERNANDO	MONTES	CHAVARRIA	(462) 6253018				fer0406@hot
604564	CONCESIONARIA DE PRUEBAS	JAIME CAHUE		GIZEH	CHAVA	APELLIDO	2222181818				
600439	CONCESIONARIA DE PRUEBAS	EFRAN GAMBOA		GUADALUPE	CRUZ	GARCIA	(045) 85075192				gcruzvw@ho
649873	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			GUILLERMO	VEINTICINCO	X	(222) 8121411				guillermo.1@
600443	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			HECTOR	ZAINZ	RAMIREZ	(55) 28106190				notiene@no
649872	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			HUGO	SIETE	X	(654) 2468495				siete@onlin
634260	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			J JAMES	KAHUE	X	(222) 2309962				james_cahue
667273	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			JAIME	KAHUE	X	(222) 2181383				jamescahue
633832	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			JAMES	CAHUE	X	(222) 2181383				jamescahue
635683	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			JAMES	KAHUE	DERK	(333) 2344567				james@kahu
621626	CONCESIONARIA DE PRUEBAS	EFRAN GAMBOA		JORGE	BARRADAS	BARRERO	(333) 33333333				
649874	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			JORGE	SEIS	X	(578) 5789632				lopes@face.
614707	CONCESIONARIA DE PRUEBAS	JAIME CAHUE		JOSE	FLORES	LOPEZ	(222) 2307841				
624779	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			JUAN	PEREZ	PEREZ	(55) 55555555				
649875	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			JUANCHO	CUATRO	X	(584) 7894561				juancho@gm
649870	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			JUANITA	VEINTISEIS	X	(222) 8546599				juanita.1@h
635684	CONCESIONARIA DE PRUEBAS			KAREN	RIVAS	RIVAS	(222) 2131313				

bd_excel_2016_2011-10-19
Listo
100%

Imagen 106. Archivo de Prospectos abierto en Excel

13 Prospectos finalizados

Se muestra un listado de los prospectos en los cuales se finalizó el proceso de ciclo de venta o que

cancelaron el proceso de venta, indica el automóvil que les intereso y el motivo por el cual se finalizó el ciclo de venta, además contiene el vendedor que tenía asignado dicho prospecto.

Imagen 107. Prospectos finalizados

Se podrán realizar búsquedas específicas ingresando los datos correspondientes en las casillas que se muestran. Estas búsquedas facilitarán al usuario del sistema a encontrar a un prospecto de una forma más rápida:

Imagen 108. Búsqueda de contacto

Para este ejemplo buscamos el contacto por medio del criterio **Vehículo**, **Desde** y **Hasta.** Posteriormente a esto, se dio clic al botón **Buscar** y el sistema proporciono la siguiente información:

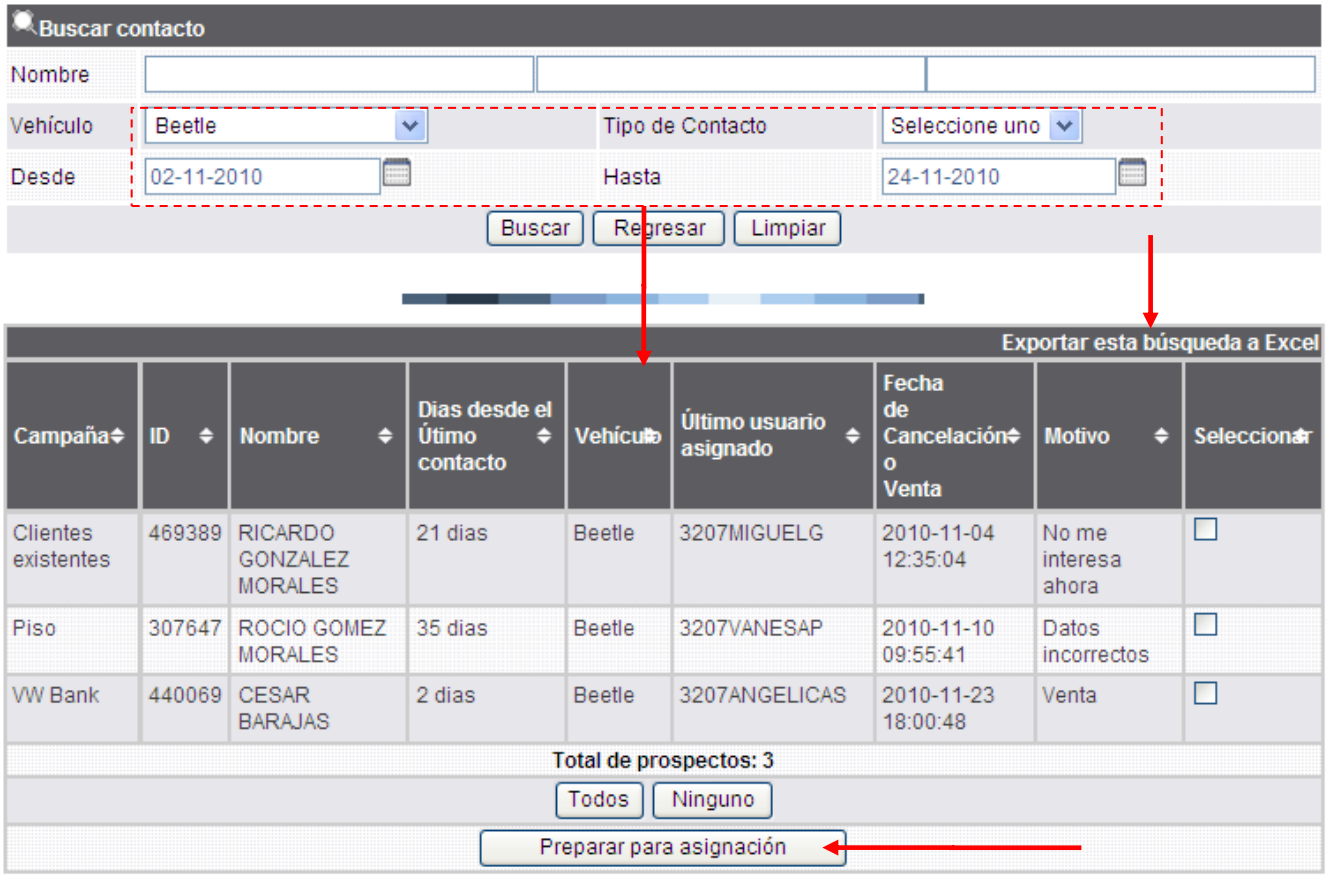


Imagen 109. Resultados de la búsqueda

Al momento de presionar sobre el botón **Preparar para asignación** el sistema automáticamente pasará al prospecto de la pantalla prospectos finalizados y al de asignación de prospectos, que es donde se podrá asignar al prospecto a algún vendedor. Esta información puede ser exportada a Excel.

Si se desea ver el detalle de la información del prospecto sólo debe presionar sobre el nombre del prospecto, el sistema nos enviará a la pantalla donde aparecerán los datos personales del prospecto finalizado, como a continuación se muestran:

Contacto Finalizado

Contacto

Nombre	EDUARDO BORBOLLA		
Sexo	Masculino	Titulo	
Compañía		Cargo	
Sector			

Teléfonos

Teléfono casa		Teléfono oficina	
Teléfono móvil	(044) 55543214	Otro teléfono	

Correo electrónico

e-mail	

Domicilio

Domicilio		Colonia	
C. P.	00000	Delegación/Municipio	
País		Ciudad	
Entidad	DISTRITO FEDERAL		

Mas

R. F. C.		Persona Moral	no
Fecha de nacimiento	día / mes / año		
Ocupación actual			
Estado civil	Soltero	Primer Contacto	2010-10-19
Nota			
¿Desea ser contactado?	si	Fuente	Piso
Código de Campaña			

Automovil de interes

Modelo	Bora	Año	0
Version	Active	Color Interior	
Color Exterior	BLANCO	Tipo de Pintura	

Regresar

Imagen 110. Detalle del Contacto Finalizado

14 Carga de Prospectos

En esta opción se puede integrar a nuevos prospectos a la concesionaria desde las diferentes campañas llevadas a cabo en ese momento.

Imagen 111. Carga de prospectos

Para ello se da un clic con el mouse en la opción Carga de prospectos y nos aparece la siguiente pantalla, donde examinaremos en que directorio o carpeta (dando clic en el botón Examinar), y se encuentra el archivo en texto plano (CSV) de acuerdo a un formato ya establecido, el cual nos permita la carga correcta de los prospectos.

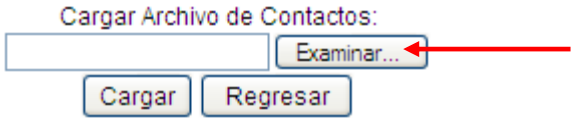


Imagen 112. Cargar archivos de contactos

Dar clic en el botón **Examinar** para buscar el archivo como se muestra en la siguiente imagen:

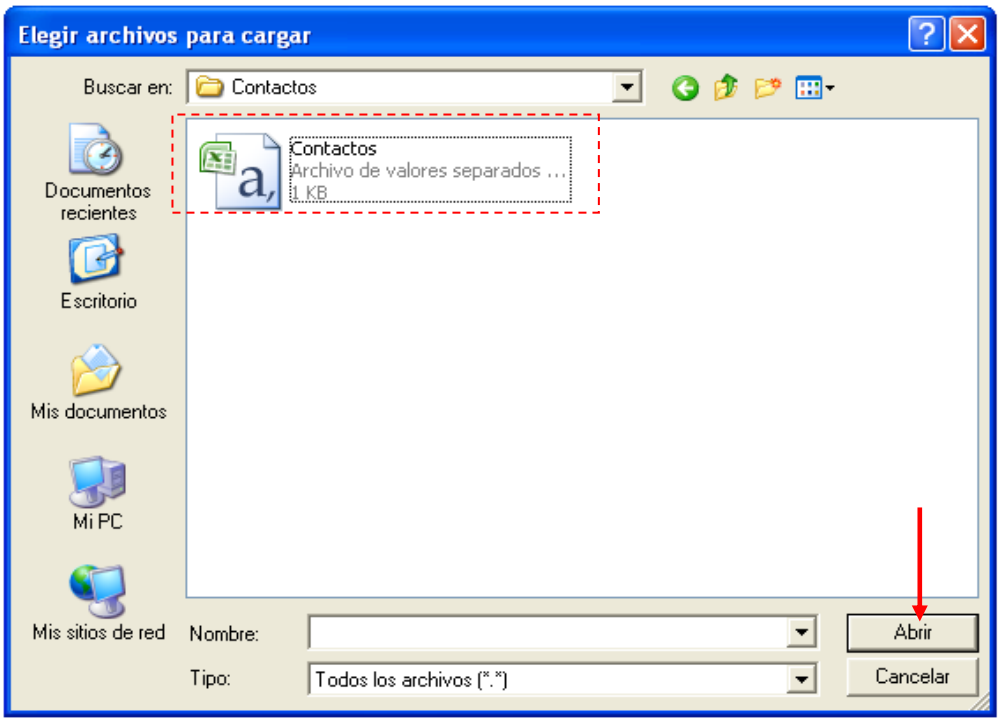


Imagen 113. Buscar archivo a ser cargado

Ya que seleccionamos el archivo, dar clic en el botón **Cargar:**

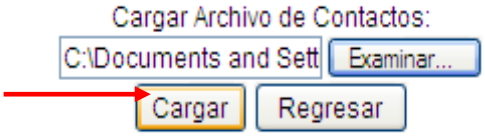


Imagen 114. Cargar el archivo (CVS

El layout del archivo en Excel en formato CSV (separado por comas) es el siguiente:

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
nombre	ap_pat	ap_mat	titulo	sexo	compania	sector	cargo	tel_casa	tel_ofi	tel_mov	tel_otro	email	domicilio	colonia
Cesar	Cano			Masculino				0		445 534107268		cesar.cano@itelcel.com		

P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
delegacion	cp	estado	ciudad	pais	rfc	moral	fecha_nac	ocupacion	edo_civil	nota	no_contactar	primer_cont	Fuente	modelo
		Mexico		Mexico		No					Si	13/08/2011	"Plaza Satéli	Beetle

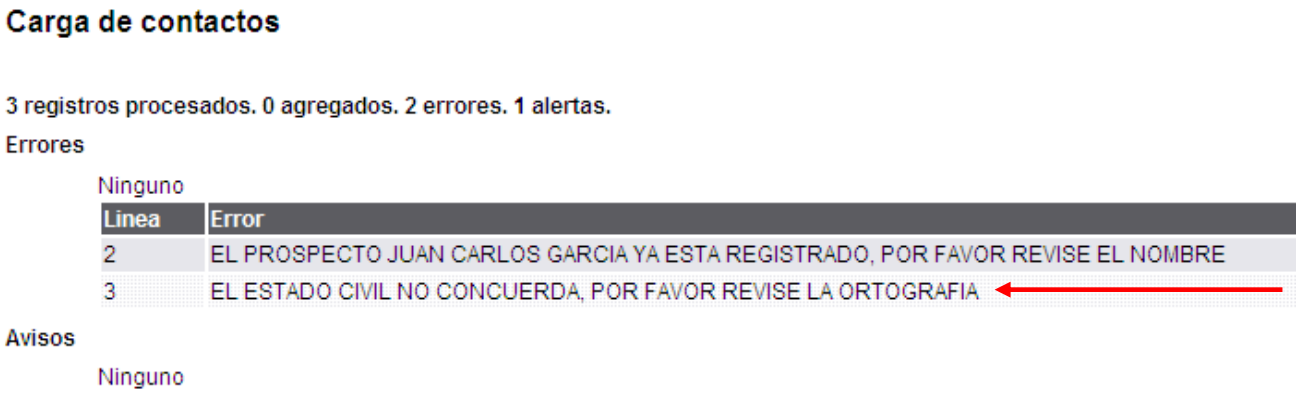
AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL
modelo	version	año	tipo_pint	color_ext	color_int	codigo	vendedor	medio_entero
Beetle	Basico	2012					1403MANUELCARSELLE	

En este campo se podrá anotar el nombre de usuario del vendedor al que le ha sido asignado el prospecto, de no tenerlo al hacer la carga de datos el sistema mostrará el mensaje de que no se asigno el prospecto a ningún vendedor

En este campo se podrá indicar el la fuente con el cual se identificará el prospecto, es decir, si el prospecto fue registrado en un evento o alguna promoción, este campo es alfanumérico.

Imagen 115. Archivo de Excel (formato CVS)

Cuando ya se terminó de cargar el archivo, el sistema da como respuesta la siguiente tabla que muestra el número de **Registros procesados, Registros agregados**, los **Errores** de líneas; es decir registros que no poseen la información adecuada y los **Avisos** que son todos los registros que se han cargado correctamente, pero aún no han sido asignados a algún vendedor.



Carga de contactos

3 registros procesados. 0 agregados. 2 errores. 1 alertas.

Errores

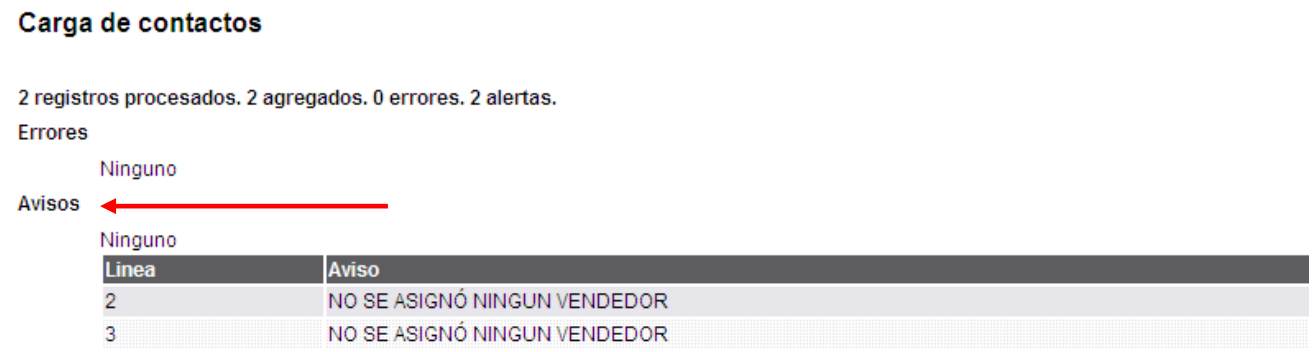
Ninguno

Linea	Error
2	EL PROSPECTO JUAN CARLOS GARCIA YA ESTA REGISTRADO, POR FAVOR REVISE EL NOMBRE
3	EL ESTADO CIVIL NO CONCUERDA, POR FAVOR REVISE LA ORTOGRAFIA

Avisos

Ninguno

Imagen 116. Resultados de la carga de datos con errores



Carga de contactos

2 registros procesados. 2 agregados. 0 errores. 2 alertas.

Errores

Ninguno

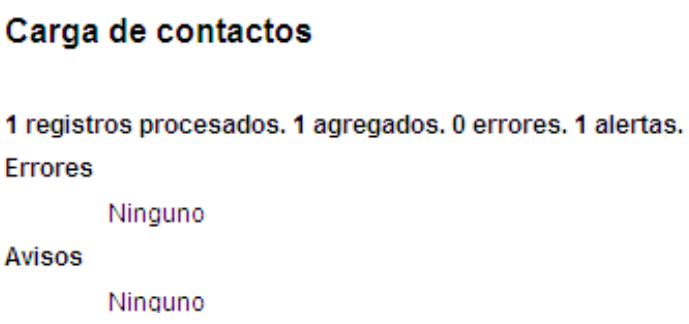
Avisos

Ninguno

Linea	Aviso
2	NO SE ASIGNÓ NINGUN VENDEDOR
3	NO SE ASIGNÓ NINGUN VENDEDOR

Imagen 117. Resultados de la carga de datos con avisos

Si la carga de datos fue satisfactoria, sin errores, el sistema se mostrará de la siguiente forma:



Carga de contactos

1 registros procesados. 1 agregados. 0 errores. 1 alertas.

Errores

Ninguno

Avisos

Ninguno

Imagen 118. Resultados de la carga de datos sin errores

14.1 Validación de datos

Para evitar errores en la carga de contactos, hay que validar que los datos sean correctos. A continuación se enlistas las validaciones para cada campo:

I. Deben de tener por lo menos nombre y apellido paterno.

II. Deben tener al menos 1 de los 4 campos de teléfono.

III. Las fechas de nacimiento y primer contacto deben estar en el formato dd-mm-aaaa o dd/mm/aaaa.

IV. El sexo debe ser "Masculino" o "Femenino"

V. Los campos persona moral y no contactar deben ser "Si" o "No"

VI. El campo origen debe coincidir con los orígenes en la base de datos

VII. El campo de estado debe coincidir con alguno de la siguiente lista:

"AGUASCALIENTES"	"GUERRERO"	"QUINTANA ROO"
"BAJA CALIFORNIA"	"HIDALGO"	"SAN LUIS POTOSÍ"
"BAJA CALIF. SUR"	"JALISCO"	"SINALOA"
"CAMPECHE"	"ESTADO DE MÉXICO"	"SONORA"
"CHIAPAS"	"MICHOACÁN"	"TABASCO"
"CHIHUAHUA"	"MORELOS"	"TAMAULIPAS"
"COAHUILA"	"NAYARIT"	"TLAXCALA"
"COLIMA"	"NUEVO LEÓN"	"VERACRUZ"
"D.F."	"OAXACA"	"YUCATÁN"
"DURANGO"	"PUEBLA"	"ZACATECAS"
"GUANAJUATO"	"QUERÉTARO"	

VIII. El campo de Estado civil debe de coincidir con alguno de la siguiente lista:

"Otro"	"Divorciado"
"Soltero"	"Unión Libre"
"Casado"	"Viudo"

IX. Lista de los vehículos, con el nombre que deberán llevar para evitar el errores:

Amarok	CrossFox	Nuevo Jetta GLI
Auto Usado	Gol	Nuevo Passat
CC	Gol Sedan	Routan
Clasico	Golf GTI	Saveiro
Clasico Black Edition	Golf SportWagen	The Beetle
Crafter 3.88 Ton.	Nuevo Amarok	Tiguan
Crafter 5.0 Ton.	Nuevo Golf SportWagen	Touareg
Crafter Chasis Cabina	Nuevo Jetta	Transporter
Volkswagen Bank		

X. Los campos pueden estar escritos con mayúsculas o minúsculas ya que, al ingresar al sistema, estos serán convertidos a mayúsculas.

15 Reportes Emailing

En esta sección usted podrá generar un reporte de los mails que han hecho los usuarios con perfil de vendedor, para ello pulse en la opción Reportes Emailing en el menú principal.

Imagen 119. Reportes

Al pulsar sobre esta opción mostrara, unos filtros de búsqueda por fechas y vendedores.

Imagen 120. Reportes

Al ingresar en los filtros de búsqueda las fechas de inicio y de finalización además del vendedor puede pulsar el botón **Aceptar** o **Regresar**, para regresar al menú principal.

Imagen 121. Búsqueda de mail

En la tabla mostrada, se encuentran todos los vendedores que han enviado correo electrónico a través de esta opción, la tabla se encuentra organizada por **Vendedor**, **Nombre de cliente**, **Correo de cliente**, **Fecha de envío**, **Hora de envío**, **Titulo de correo enviado**, **Mensaje.**

En esta tabla usted podrá visualizar el contenido del correo electrónico enviado al cliente presionando el botón **Visualizar**, se mostrara la siguiente pantalla.

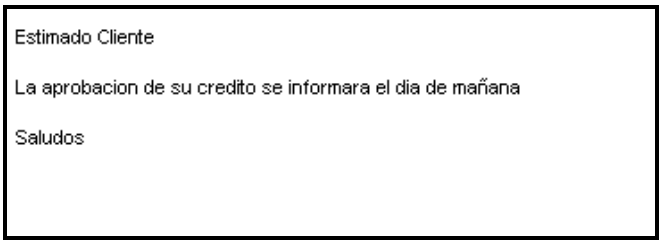


Imagen 122. Contenido de mail

Podrá exportar a Excel la información mostrada, pulsando el botón **Exportar a** Excel, que se encuentra en la parte inferior de la tabla.

Imagen 123. Exportar a Excel

16 Reportes

En esta sección se mostrará gráficamente las estadísticas que muestran el estatus de la prospección:

Imagen 124. Reportes

Al seleccionar esta opción se despliegan las siguientes opciones:

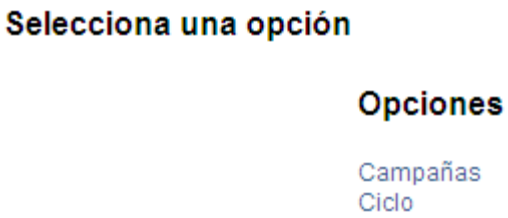


Imagen 125. Opciones para generar reportes

16.1 Campañas

Imagen 126. Reporte de Campañas

El Gerente de CRM deberá de elegir el Ciclo, Campaña, Fecha de Inicio y Fecha de fin, como se indica en la siguiente pantalla:

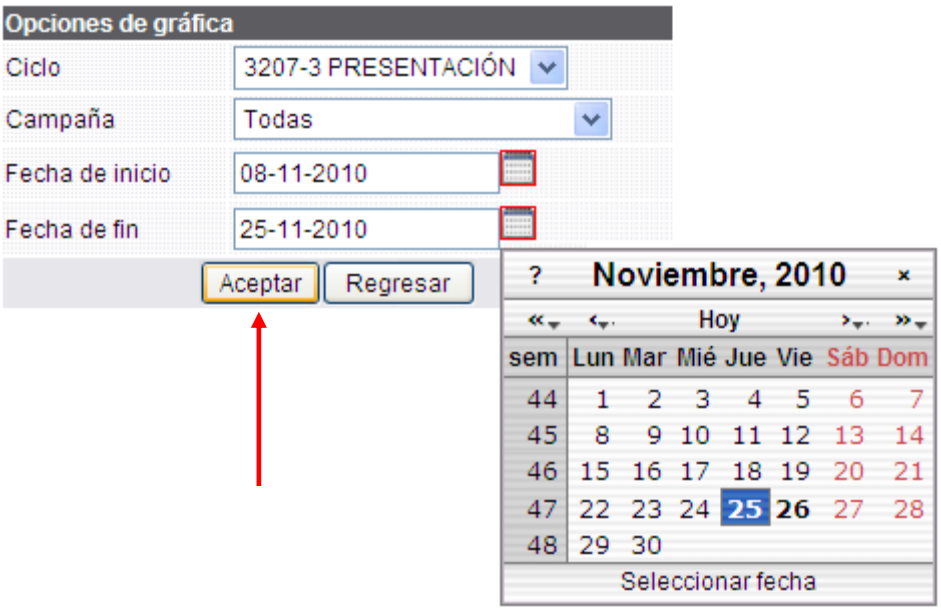


Imagen 127 Opciones de gráfica

Al dar clic en el botón **Aceptar** se generará la siguiente gráfica de pastel indicando el estatus de las llamadas: cuantas llamadas no se han utilizado, no se han finalizado, se han pospuesto y las que se encuentran en proceso para efectuar el análisis y tomar las medidas correspondientes:

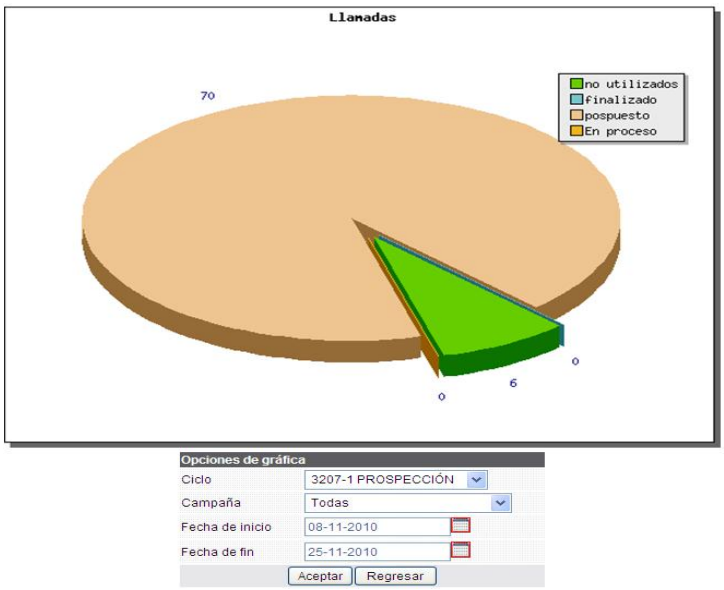


Imagen 128. Gráfica de Campañas

16.2 Ciclo

Imagen 129. Reporte de ciclos

Esta opción muestra cuantos prospectos hay en cada etapa del ciclo de venta para evaluar el avance que se tiene y enfocarse al cierre de venta. Para generar el reporte se debe seleccionar la etapa de ciclo de venta que se desea:

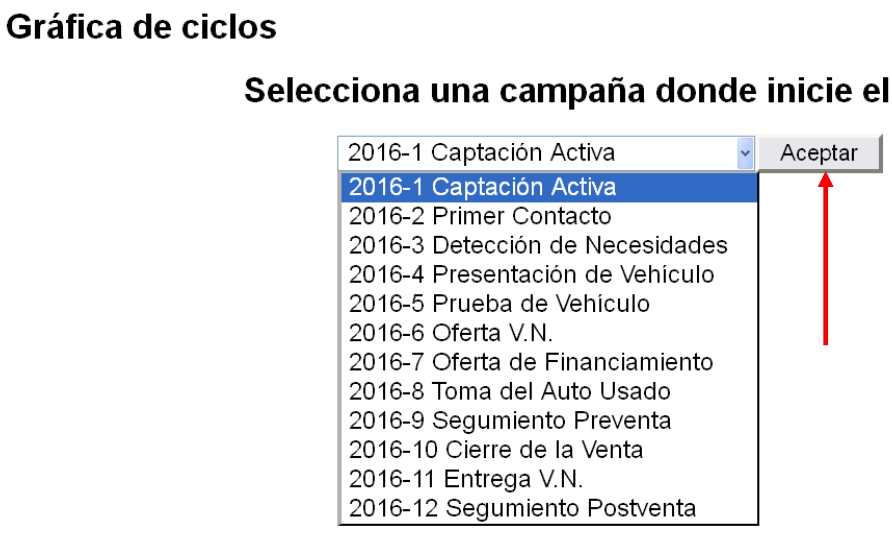


Imagen 130. Elección de la etapa del ciclo de venta

Ya que seleccionamos la etapa del ciclo de venta, se generará el reporte representado mediante la siguiente gráfica:

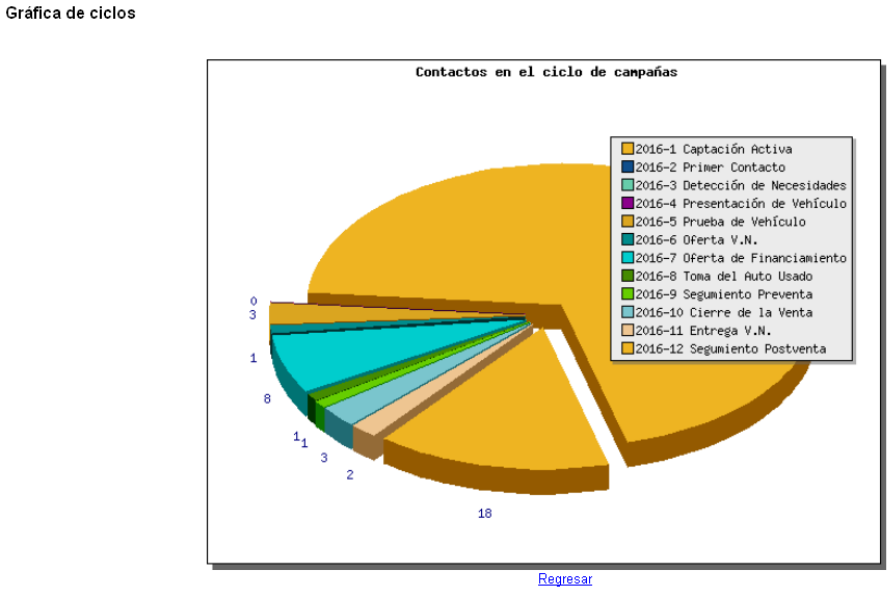


Imagen 131. Gráfica de Ciclos

En caso de querer ver el estatus de los contactos dentro del ciclo de ventas de alguna etapa en particular dar clic con el mouse en cualquiera de las secciones de la gráfica, por ejemplo en la etapa de **Cierre de venta**, al hacerlo, se mostrará la siguiente pantalla:

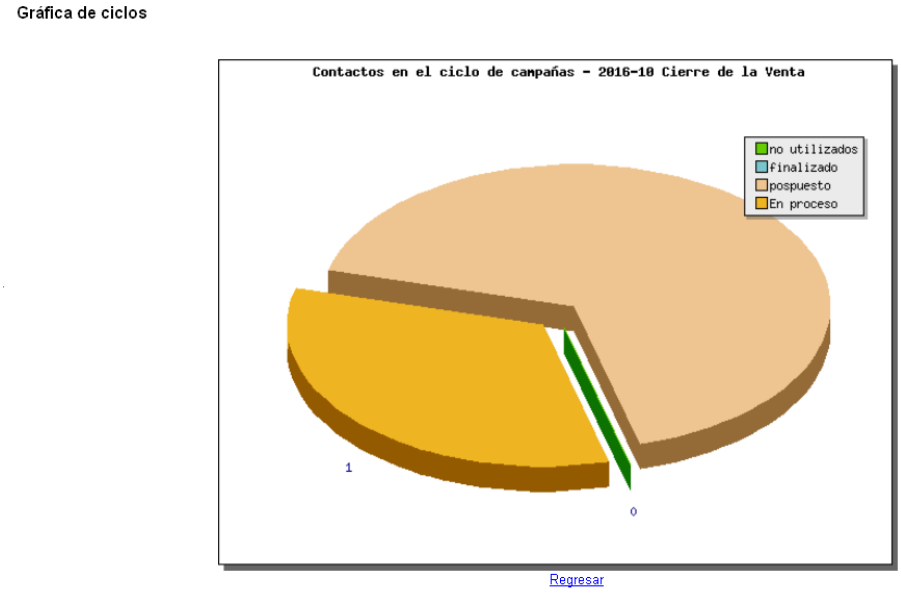


Imagen 132. Detalle de la etapa de Cierre

17 Virtual Show Room

Al presionar sobre le link de esta opción del sistema abrirá en otro explorador de internet la siguiente pantalla:

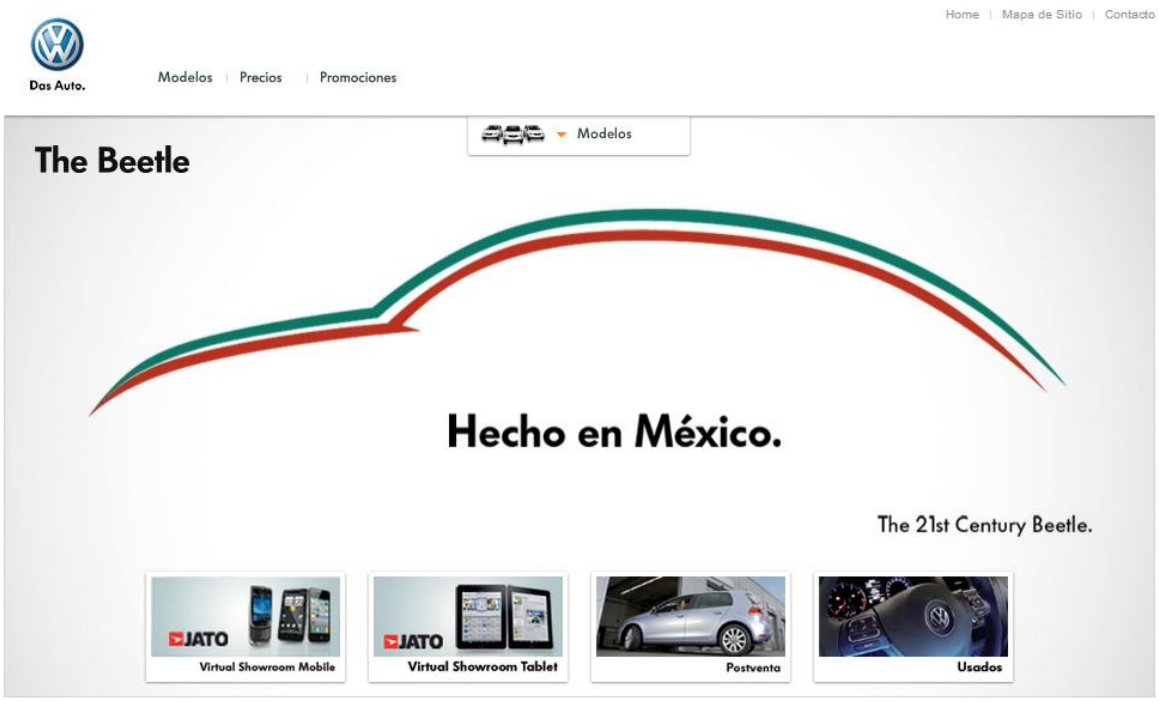


Imagen 133. Virtual Show Room

17.1 Modelos

Al presionar sobre este menú se mostrara la siguiente pantalla, que muestra un catálogo de los vehículos de la Volkswagen:

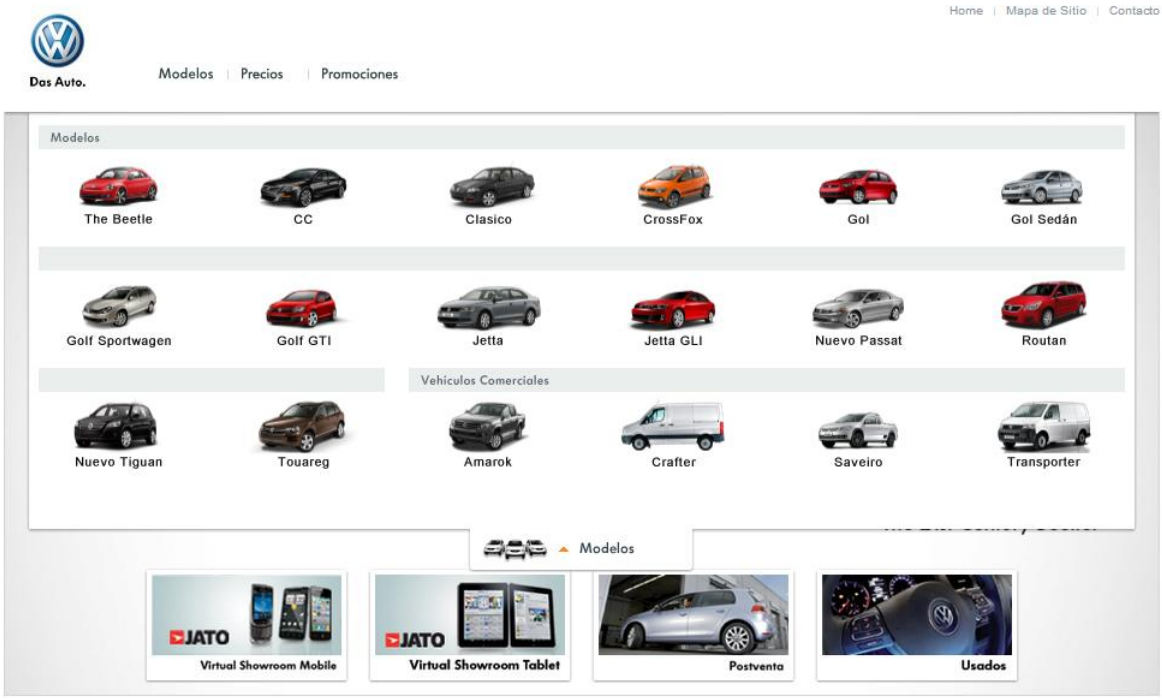


Imagen 134. Modelos de Vehículos

Al elegir alguno de los Vehículos se visualizará la siguiente pantalla, en la cual se muestran 2 links los cuales proporcionara la información del vehículo elegido

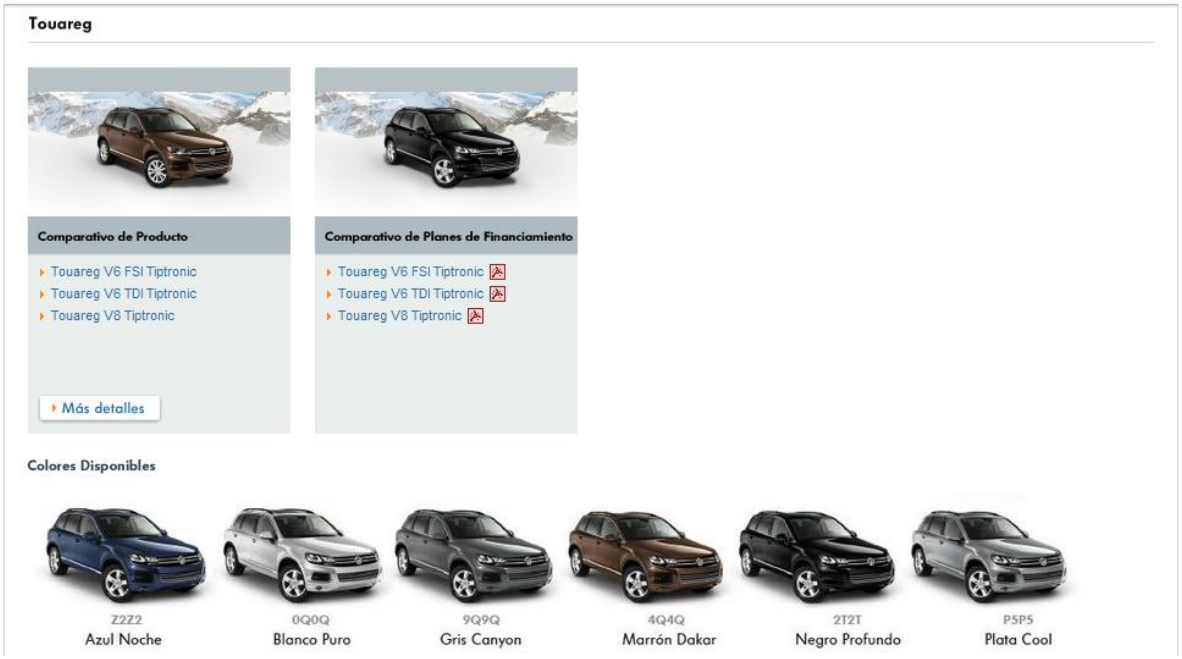


Imagen 135. Modelos Touareg

Al presionar sobre uno de estos link, se mostrará un documento en formato PDF, el cual proporcionará la información del vehículo seleccionado.

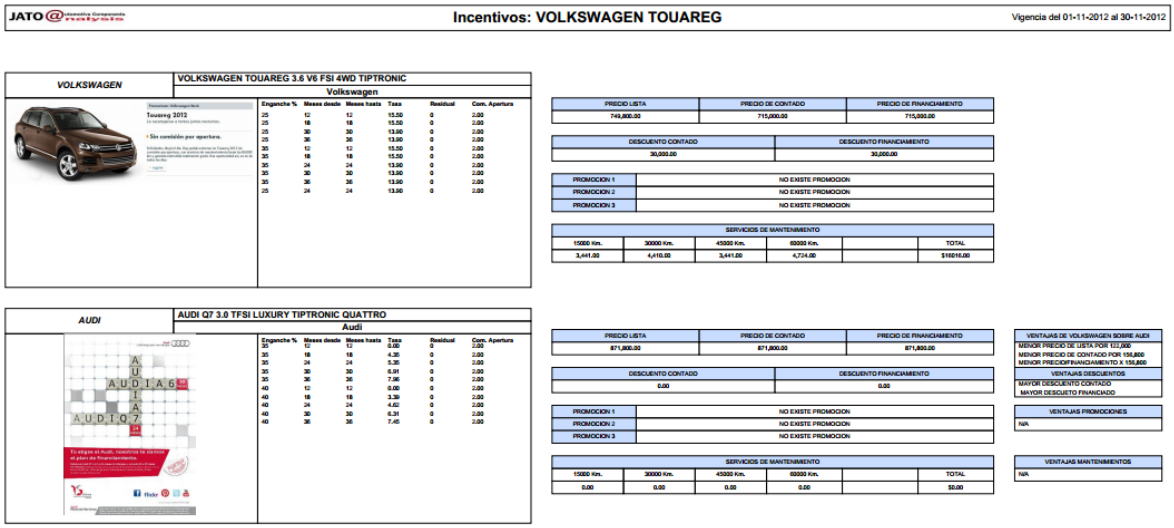


Imagen 136. Información detallada del vehículo seleccionado

17.2 Precios

Al presionar sobre el menú de precios se visualizara la siguiente pantalla en la cual se muestra un link.

Imagen 140. Precios

En esta pantalla se muestra un link, en el cual al momento de presionar clic sobre este, se mostrará un documento en formato PDF, donde se muestran los precios de los vehículos de la Volkswagen.

ASOCIACIÓN NACIONAL DE CONCESIONARIOS DEL GRUPO VOLKSWAGEN, A.C.
LISTA DE PRECIOS AL PÚBLICO MODELOS 2013

ANCGVW

Vigencia desde el 19 de Octubre de 2012

DESCRIPCIÓN	PINTURA BASE			PINTURA METÁLICA		
	PRECIO DE LISTA	CONTADO, CRÉDITO BANCARIO, CRÉDITO PROPIO	VWSF (LEASING Y CREDIT)	PRECIO DE LISTA	CONTADO, CRÉDITO BANCARIO, CRÉDITO PROPIO	VWSF (LEASING Y CREDIT)
MODELOS 2013						
GOL 2013						
Gol Trendline 5 Ptas.	130,200	121,900	121,900	131,803	123,503	123,503
Gol Trendline 5 Ptas. Dir Hid A/A	145,700	143,000	143,000	147,303	144,603	144,603
Gol Trendline 5 Ptas. Dir Hid A/A / Paq. Seguridad	161,464	158,764	158,764	163,067	160,367	160,367
Gol Comfortline 5 Ptas.	160,900	158,500	158,500	162,503	160,103	160,103
Gol Comfortline 5 Ptas. Paq. Seguridad	176,665	174,265	174,265	178,267	175,867	175,867
Gol GT 5 Ptas.	175,500	172,500	172,500	177,103	174,103	174,103
Gol GT 5 Ptas. Paq. Seguridad	191,264	188,265	188,265	192,867	189,868	189,868
Gol Sedan Trendline 4 Ptas.	143,300	130,900	130,900	144,903	132,503	132,503
Gol Sedan Trendline 4 Ptas. Dir Hid A/A	158,200	149,900	149,900	159,803	151,503	151,503
Gol Sedan Trendline 4 Ptas. Dir Hid A/A Paq. Seguridad	173,964	165,664	165,664	175,567	167,267	167,267
NUEVO GOL 2013						
Gol 5 Ptas. CL AC/CD	148,900			150,640		
Gol 5 Ptas. CL AC/CD / Paq. Seguridad	158,760			160,500		
Gol 5 Ptas. GL	162,600			164,340		
Gol 5 Ptas. GL / Sensores de Estacionamiento	165,616			167,356		
Gol 5 Ptas. GL / Sensores de Estacionamiento / Paq. Design	169,616			171,356		
Gol 5 Ptas. GL Paq. Seguridad	172,460			174,200		
Gol 5 Ptas. GL Paq. Seguridad / Sensores de Estacionamiento	175,476			177,216		

Imagen 141. Lista de precios de modelos 2010 y 2011

17.3 Promociones

En esta opción nos permite acceder a un PDF, la cual se muestran las promociones actuales especificando el modelo y el detalle de la promoción

Promociones Volkswagen
Jetta 2012 y Passat 2012
Si lo tienes, presúmelo.
Seguro y mantenimiento gratis
*Seguro por el primer año gratis. **Mantenimientos hasta los 45,000 km gratis. Tasa 12.99% con Credit de Volkswagen Bank.
Legales
Promociones Volkswagen
Clasico CL Aire 2013
Si lo tienes, presúmelo.
Desde
$154,900
Legales

Imagen 142. Promociones

18 Manual de Gerente Marketing / CRM

Opción que muestra en línea el Manual de Gerente CRM con la finalidad de apoyar al usuario de este perfil en la comprensión y manejo del sistema.

19 Manual de Gerente de Ventas

Opción que muestra en línea el Manual de Gerente de Ventas con la finalidad de apoyar al usuario de este perfil en la comprensión y manejo del sistema.

20 Manual Vendedor

Opción que muestra en línea el Manual de Vendedor con la finalidad de apoyar al usuario de este perfil en la comprensión y manejo del sistema

21 Manual de CallCenter

Opción que muestra en línea el Manual de CallCenter con la finalidad de apoyar al usuario de este perfil en la comprensión y manejo del sistema

22 Manual de Hostess

Opción que muestra en línea el Manual de Hostess con la finalidad de apoyar al usuario de este perfil en la comprensión y manejo del sistema

23 Salir

En el momento que termine sus actividades diarias se recomienda salir del sistema, utilizando la opción **Salir** del menú (esto para evitar que utilicen su usuario indebidamente):

Imagen 143 Salir del sistema

24 Avisos

Existen cuatro tipos de avisos, correos electrónicos, relacionados con la atención al prospecto por parte del vendedor y son:

24.1 Prospectos recién asignados

24.1.1 Preventivos:

De 8 a 24 desde la asignación al Gerente y posteriormente al vendedor o durante el seguimiento que le dé el vendedor:

Mensaje para el vendedor: *"usted tiene NUMERO_CONTACTOS prospectos asignados y no les ha dado seguimiento hace más de 8 horas"*

24.1.2 Correctivos:

De 24 a 48 desde la asignación al Gerente y posteriormente al vendedor o durante el seguimiento que le dé el vendedor:

Mensaje para el vendedor*: "usted tiene NUMERO_CONTACTOS prospectos asignados y no les ha dado seguimiento desde hace más de 24 horas. Es posible que se le retire".*

Mensaje para el Gerente: *"El vendedor NOMBRE_VENDEDOR tiene NUMERO_CONTACTOS prospectos asignados y no los ha tratado desde hace más de 24 horas"*
Se mandan estos mensajes al Gerentes con el siguiente Asunto en el mail.
Asunto (Subject): "e-mail correctivo del vendedor NOMBRE_VENDEDOR"

24.1.3 Retiro del prospecto

De 48 o más horas desde asignación al Gerente y posteriormente al vendedor o durante el seguimiento que le dé el vendedor:

Mensaje para el vendedor: *"NOMBRE_VENDEDOR, usted tenía NUMERO_PROSPECTOS prospectos asignados y no les ha dado seguimiento desde hace más de 48 horas (no se toman en cuenta sábados y domingos, se recorrerá el mensaje hasta el día Lunes). Le han sido retirados y fue penalizado por esto con NUMERO_PUNTOS" (un punto por prospecto retirado)*

Mensaje para el Gerente*:* "Se le retiraron NO_PROSPECTOS prospectos asignados al vendedor NOMBRE_VENDEDOR por no darles seguimiento por más de 48 horas (no se toman en cuenta sábados y domingos, se recorrerá el mensaje hasta el día Lunes) y fue penalizado con NUMERO_PUNTOS (un punto por prospecto retirado)

24.2 Prospectos en seguimiento

24.2.1 Preventivos:

De 8 a 24 desde la asignación al Gerente y posteriormente al vendedor o durante el seguimiento que le dé el vendedor:

Mensaje para el vendedor: *"usted tiene NUMERO_CONTACTOS prospectos en seguimiento y no les ha dado seguimiento hace más de 8 horas"*

24.2.2 Correctivos:

De 24 a 48 desde la asignación al Gerente y posteriormente al vendedor o durante el seguimiento que le dé el vendedor:

Mensaje para el vendedor: *"usted tiene NUMERO_CONTACTOS prospectos en seguimiento y no les ha dado seguimiento desde hace más de 24 horas. Es posible que se le retire*

Mensaje para el Gerente: *"El vendedor NOMBRE_VENDEDOR tiene NUMERO_CONTACTOS prospectos en seguimiento y no los ha tratado desde hace más de 24 horas". Se mandan estos mensajes al Gerente con el siguiente Asunto en el mail. Asunto (Subject): "e-mail correctivo del vendedor NOMBRE_VENDEDOR"*

24.2.3 Retiro del prospecto

Mensaje para el vendedor: *"NOMBRE_VENDEDOR, usted tenía NUMERO_PROSPECTOS prospectos en seguimiento y no les ha dado seguimiento desde hace más de 48 horas (no se toman en cuenta sábados y domingos, se recorrerá el mensaje hasta el día Lunes). Le han sido retirados y fue penalizado por esto con NUMERO_PUNTOS" (un punto por prospecto retirado). (Correo DE RETIRO).*

Mensaje para el Gerente: *"Se le retiraron NO_PROSPECTOS prospectos en seguimiento al vendedor NOMBRE_VENDEDOR por no darles seguimiento por más de 48 horas (no se toman en cuenta sábados y domingos, se recorrerá el mensaje hasta el día Lunes) y fue penalizado con NUMERO_PUNTOS (un punto por prospecto retirado)*

Mensaje para el Administrador Nacional: *"Se le retiraron NO_PROSPECTOS prospectos en seguimiento al vendedor NOMBRE_VENDEDOR de la concesionaria ID_CONCESIONARIA por no darles seguimiento por más de 48 horas y fue penalizado con NUMERO_PUNTOS (un punto por prospecto retirado).* Se mandan estos mensajes al Gerente con el siguiente Asunto en el mail. Asunto (Subject): "e-mail de retiro de prospectos del vendedor NOMBRE_VENDEDOR";

Se manda el mensaje correspondiente al ADMINISTRADOR NACIONAL con el siguiente Asunto en el mail:

Asunto (Subject): "e-mail de retiro de prospectos de vendedores de concesionarias"

25 Cronómetros

Existen dos cronómetros dentro del sistema en los cuáles se basa el flujo de avisos para los vendedores y son: al momento de la asignación (aquí empieza a correr el tiempo y se acumula), o cuando existe una modificación del vendedor hacia el ciclo de ventas, los compromisos o la bitácora de notas (en este caso el cronómetro se reinicia cada que existe esta modificación y se acumula a partir del reinicio).

26 Anexo A

Para borrar el cache del explorador de Internet seguir los siguientes pasos:

De la Barra de Menú del explorador, seleccionar la opción de **Herramientas** y posteriormente **Opciones de Internet:**

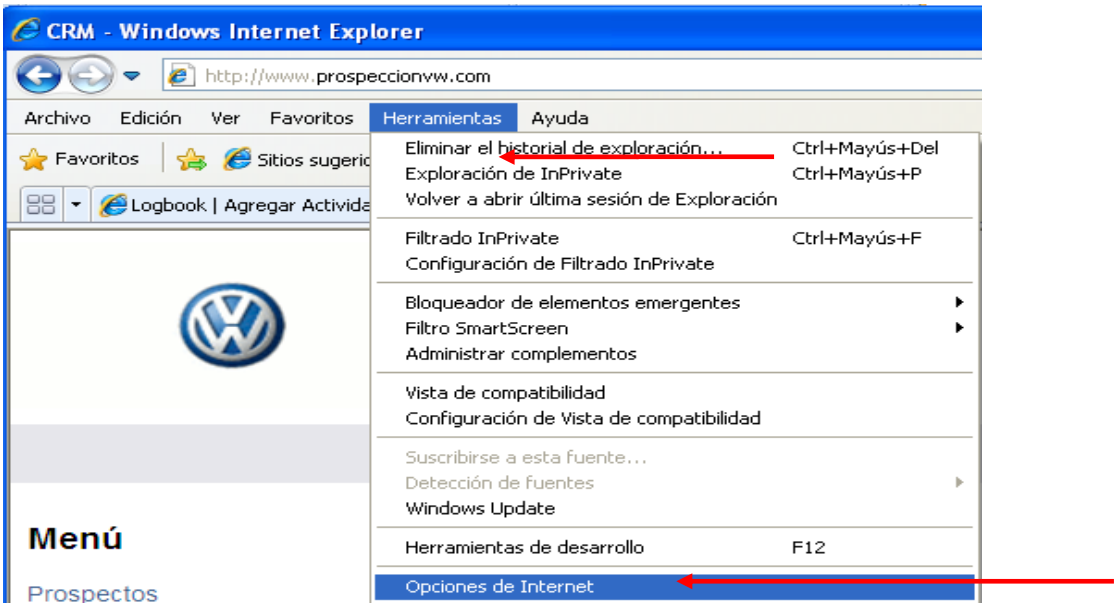


Imagen 144. Opción: Herramientas

En donde tenemos que seleccionar **Cada vez que se visita la página web** y después dar clic en el botón Aceptar y quedará borrado el cache.

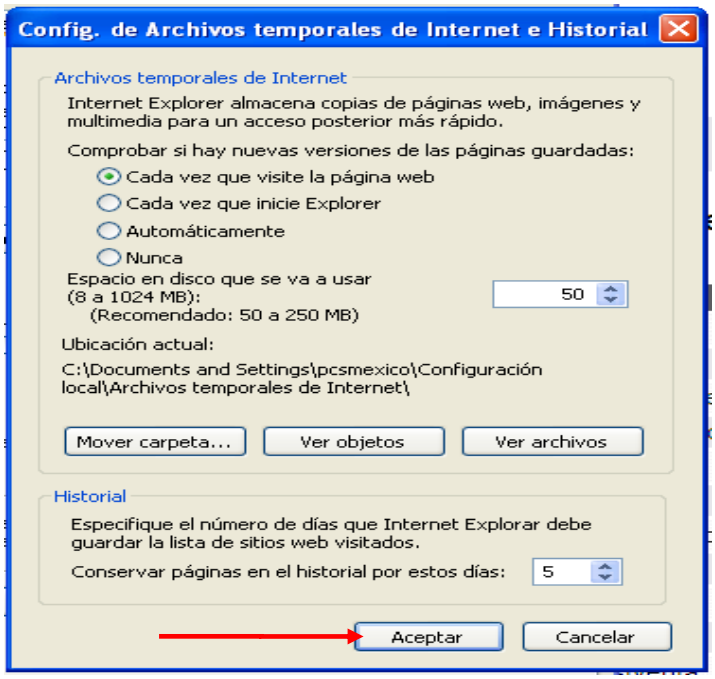

Config. de Archivos temporales de Internet e Historial
Archivos temporales de Internet
Internet Explorer almacena copias de páginas web, imágenes y multimedia para un acceso posterior más rápido.
Comprobar si hay nuevas versiones de las páginas guardadas:
Cada vez que visite la página web
Cada vez que inicie Explorer
Automáticamente
Nunca
Espacio en disco que se va a usar (8 a 1024 MB):
(Recomendado: 50 a 250 MB)
50
Ubicación actual:
C:\Documents and Settings\pcsmexico\Configuración local\Archivos temporales de Internet\
Mover carpeta...
Ver objetos
Ver archivos
Historial
Especifique el número de días que Internet Explorar debe guardar la lista de sitios web visitados.
Conservar páginas en el historial por estos días:
5
Aceptar
Cancelar

Imagen 145. Borrar Caché